

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi informasi dan perekonomian pada zaman modern ini semakin meluas karena berkembangnya arus globalisasi secara pesat. Dengan berkembangnya perekonomian dan teknologi informasi mempengaruhi terhadap pelaku usaha dan konsumen juga. Di era globalisasi ini di era dimana kita akan menuju perdagangan bebas membuat persaingan usaha antara pengusaha lokal dan pengusaha asing akan semakin terbuka. Maka dari itu hak kekayaan intelektual berperan penting untuk melindungi bisnis di dalam persaingan usaha. Salah satunya adalah merek yang merupakan hal utama dalam persaingan usaha modern di era globalisasi ini.

Indonesia mengatur merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 ayat (1) menyebutkan:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

Merek sebagai Hak Atas Kekayaan Intelektual pada dasarnya ialah untuk mengidentifikasi asal barang dan/atau jasa dari suatu perusahaan/produsen dengan barang/jasa dari produsen lain.<sup>1</sup> Dengan merek seorang pengusaha dapat memberikan jaminan dan menjaga terhadap kualitas barang/jasa yang dihasilkan dan untuk mengantisipasi akan

---

<sup>1</sup> Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law): Dalam Era Global Dan Integrasi Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), h.3.

tindakan persaingan yang tidak sehat dari pengusaha lain yang bermaksud membonceng reputasinya.

Perkembangan periklanan yang pesat, baik nasional maupun internasional dalam rangka pendistribusian produk barang/jasa membuat merek menjadi tinggi nilainya. Media periklanan membuat pengusaha memiliki kemampuan untuk menstimulus konsumen sekaligus mempertahankan loyalitas pada produk barang/jasa merek tersebut. Hal ini yang menjadi keunggulan kompetitif dan kepemilikan untuk bersaing di pasar global.

Merek di Indonesia pertama kali diatur di dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 1961 Tentang Merek Dagang dan Merek Peniagaan. Hak merek diperoleh melalui pemakaian pertama kali (*first to use system* atau *stelsel deklaratif*) adalah prinsip utama yang diatur di dalam undang-undang ini.

Undang-Undang Nomor 21 tahun 1961 Tentang Merek Dagang dan Merek Peniagaan mengalami perubahan dan diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek. Dengan adanya peraturan baru surat keputusan administratif yang terkait dengan prosedur pendaftaran merekpun dibuat. Berkaitan dengan kepentingan reformasi aturan merek, Indonesia turut serta meratifikasi Perjanjian Internasional Merek WIPO (*World Intellectual Property Organization*) perubahan mendasar dari undang-undang sebelumnya menyangkut sistem perolehan hak yang semula *first to use system* atau *stelsel deklaratif* menjadi sistem pendaftar pertama (*stelsel konsumtif*) agar lebih menjamin hukum. Karena penyesuaian terhadap *Trade Related of Intellectual Property Rights Including Trade in Counterfeit Good (TRIPs)* Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 mengalami penyempurnaan ketentuan melalui Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Perubahan Undang-Undang Merek.

Kemudian untuk penyempurnaan dibuat *single text* melalui Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek yang dimana undang-undang ini mengatur secara khusus hak prioritas.<sup>2</sup> Selanjutnya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dirubah kembali dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang disahkan oleh Presiden Joko Widodo pada tanggal 25 November 2016. Latar belakang disahkannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 karena di dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 masih terdapat kekurangan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat dibidang Merek dan Indikasi Geografis serta belum menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional sehingga perlu diganti.

Merek merupakan dasar perkembangan perdagangan modern dengan ruang lingkup mencakup reputasi penggunaan merek, lambang, kualitas, standard mutu, sarana menembus segala jenis pasar dan diperdagangkan dengan jaminan guna menghasilkan keuntungan besar.<sup>3</sup> Konsumen akan lebih mudah dalam membedakan produk yang akan dibeli dengan terdapatnya merek pada produk tersebut. Merek berperan sangat penting dalam hal agar tidak terjadi peniruan pada barang atau jasa yang dibuat atau yang ditawarkan oleh produsen sehingga dapat menghindarkan terjadinya persaingan tidak sehat dalam pangsa pasar.

Pengertian merek pun bermacam-macam, adapun diantaranya, merek adalah suatu ciri atau tanda yang dapat berbentuk gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, warna-warna, kombinasi warna atau kombinasi dari diatas.<sup>4</sup> Lalu merek adalah suatu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau gabungan dari

---

<sup>2</sup> Casavera, 8 *Kasus Sengketa Merek Di Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h.32.

<sup>3</sup> Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi: Hak Kekayaan Intelektual* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2017), h.68.

<sup>4</sup> Budi Santoso, *Pengantar HAKI Dan Audit HAKI Untuk Perusahaan* (Semarang: Pustaka Magister, 2009), h.4.

beberapa unsur tersebut yang mempunyai daya pembeda dan dipakai dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.<sup>5</sup>

Merek dagang dan merek jasa adalah bagian dari ruang lingkup merek. Yang membedakan keduanya adalah jika merek dagang biasanya produknya adalah berupa barang sedangkan merek jasa lebih kepada menawarkan sebuah jasa kepada konsumen. Selain itu dikenal juga dengan merek kolektif badan usaha tertentu yang mempunyai produk perdagangan berupa barang dan jasa. Merek bagi produsen adalah sebagai pembeda dengan produsen lain yang sejenis dan juga sebagai pembangun citra dalam pemasaran sedangkan bagi konsumen merek digunakan untuk mempermudah pengidentifikasian sebuah produk. Dalam masyarakat jika sudah terbiasa menggunakan barang/jasa dari merek tertentu cenderung akan menggunakan seterusnya dengan alasan seperti sudah mengenal lama, kualitas produknya terpercaya dan lain-lain sehingga fungsi merek sebagai jaminan kualitas semakin terpercaya.<sup>6</sup>

Dalam dunia perdagangan, penyimpangan-penyimpangan penggunaan merek dagang sering terjadi dan merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindarkan. Hal ini terjadi karena para pengusaha/pedagang terdorong untuk mendapatkan keuntungan dengan jalan pintas oleh pengusaha yang beritikad tidak baik. Dengan adanya peniruan merek berarti ada pemakaian merek yang sama terhadap barang-barang tertentu. Peniruan merek inilah suatu faktor yang menimbulkan terjadinya persengketaan merek antara pemilik merek.

Sengketa merek di Indonesia sejatinya telah berlangsung lama dan menyangkut berbagai macam isu, diantaranya kesamaan atau kemiripan merek, status merek lisensi, hubungan antar hak cipta dan hak merek,

---

<sup>5</sup> Iswi Hariyani, *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar* (Yogyakarta: Tim Pustaka Yustisia, 2010), h.7.

<sup>6</sup> Muhammad Djumhana, *Perkembangan Doktrin Dan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, Cet. 1. (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), h.78.

peniruan merek terkenal, interpretasi terhadap pemakaian pertama di Indonesia dan seterusnya.

Salah satu sengketa yang akan disusun dibahas dalam penelitian ini yaitu sengketa merek produk alat-alat kantor Index melawan Bindex. Pada tingkat Pengadilan Niaga Jakarta, pemilik merek Index yaitu Lukmin Eryan sebagai Tergugat, lalu sebagai pemohon Kasasi dan juga sebagai Pemohon Peninjauan Kembali sedangkan pemilik merek Bindex yaitu PT Best Mega Industri sebagai penggugat pada tingkat pertama di Pengadilan Niaga Jakarta lalu selanjutnya sebagai Termohon Kasasi dan sebagai Termohon Peninjauan kembali.

Duduk perkara dari sengketa merek ini adalah awalnya PT. Best Mega Industri pemilik merek Bindex melayangkan gugatan kepada Lukmin Eryan pemilik merek Index di Pengadilan Niaga Jakarta dengan gugatan bahwa sekitar tahun 2009 sampai diajukannya gugatan tersebut Lukmin Eryan memasarkan dan menjual hasil produksinya menggunakan etiket merek Index yang tidak sesuai seperti tersebut dalam sertifikat miliknya. Tergugat dengan sengaja menggunakan tipe huruf dan warna yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek milik penggugat. Dan perbuatan tergugat yakni pemilik merek Index dirasa merugikan Merek Bindex dan dapat menyesatkan konsumen.

Lalu pemilik merek Index pun mengajukan eksepsi dengan dalil bahwa gugatan dari penggugat tidak jelas atau *Obscuur Libel*. Dan tergugat atau pemilik merek index mengajukan juga rekonvensi dengan dalil-dalil bahwa penggugat atau pemilik merek Bindex telah dengan sengaja dengan itikad baik menjiplak merek tergugat kemudian membuat merek Bindex dengan hanya menambahkan huruf "B" didepannya untuk mengaburkan permasalahan sehingga tercipta kesan berbeda padahal sama, karena sebenarnya merek Index telah beredar lebih dahulu dan telah dikenal secara luas oleh masyarakat jauh sebelum dikeluarkannya merek Bindex.

Merek Index milik Lukman Eryan telah terdaftar terlebih dahulu di Di Direktorat Jendral HAKI berdasarkan sertifikat nomor IDM000031267 tanggal 17 Maret 2005. Sedangkan merek Bindex milik PT. Best Mega Industri terdaftar di Direktorat Jendral HAKI dengan sertifikat nomor IDM 000186903 tanggal 3 Desember 2008.

Namun pada putusan Nomor 72/Merek/2011/PN.Niaga/JKT.PST. menyatakan bahwa eksepsi tergugat tidak dapat diterima, lalu menolak gugatan rekonvensi dari penggugat rekonvensi untuk seluruhnya dan mengabulkan gugatan penggugat untuk seluruhnya serta menyatakan merek Index yang telah terdaftar harus dihapus dari daftar merek umum. Dan pemilik merek Index pun mengajukan kasasi namun pada tingkat kasasi pun tidak berhasil dan pemilik merek Index mengajukan upaya hukum terakhir yaitu peninjauan kembali dengan salah satu dalil berdasarkan fakta-fakta hukum yang terungkap di persidangan, pendaftaran merek Bindex milik Tergugat Rekonvensi jelas didasari dengan itikad baik karena meniru atau menjiplak merek Index karena dari segi bentuk huruf, bunyi suara/ucapan yang dihasilkan dari kedua merek tersebut memiliki persamaan pada pokoknya dan hanya ditambahkan huruf "B" Oleh pemilik merek Bindex. Persamaan tersebut menimbulkan kesan bagi para konsumen, seolah-olah merek Bindex tersebut berasal dari pemilik merek Index yakni Lukmin sehingga dengan diajukannya gugatan penghapusan merek Index oleh pemilik merek Bindex untuk menghindari agar pemilik merek Index tidak lebih dahulu mengajukan gugatan pembatalan atas merek Bindex.

Pasal 21 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa permohonan ditolak jika merek tertentu mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:

- a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;

- b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
- d. Indikasi Geografis terdaftar.

Dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 100 PK/Pdt.Sus/2012 hakim menolak permohonan peninjauan kembali dari Pemilik Merek Index. Mahkamah agung sebagai benteng terakhir keadilan seharusnya dapat mengabulkan permohonan peninjauan kembali dari pemilik merek Index berdasarkan Pasal 21 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang telah terdaftar terlebih dahulu di Indonesia daripada merek Bindex yang terdaftar beberapa taun setelah merek Index dan memiliki persamaan pada pokoknya.

Dan berdasarkan pasal 21 Ayat (1) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang mengatakan bahwa pendaftaran harus ditolak jika merek tertentu mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis dan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penyusun tertarik melakukan penelitian hukum normatif yang berjudul **ANALISIS YURIDIS PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG NOMOR 100 PK/PDT.SUS/2012 TENTANG SENGKETA MEREK INDEX DAN BINDEK DITINJAU DARI PASAL 21 AYAT (1) UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas maka penyusun membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pertimbangan hukum hakim dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 100 PK/Pdt.Sus/2012 tentang sengketa merek Index dengan Bindex?
2. Bagaimana akibat hukum yang ditimbulkan dari Putusan Mahkamah Agung dalam Perkara Peninjauan Kembali Nomor 100 PK/Pdt.Sus/2012 tentang penyelesaian sengketa merek Index dengan Bindex?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin diketahui dari penelitian yang dilakukan oleh penyusun dari masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pertimbangan hukum hakim dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 100 PK/Pdt.Sus/2012 tentang sengketa merek Index dengan Bindex.
2. Untuk mengetahui akibat hukum yang ditimbulkan dari Putusan Mahkamah Agung dalam Perkara Peninjauan Kembali Nomor 100 PK/Pdt.Sus/2012 tentang penyelesaian sengketa merek Index dengan Bindex.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Mengenai kegunaan penelitian ini penyusun mengharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan kajian dan sumbangan pemikiran bagi pengembangan kajian ilmu

hukum, umumnya hukum hak kekayaan intelektual dan khususnya hak atas merek.

## 2. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pemahaman bagi pihak-pihak yang terkait dalam hal kajian Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual khususnya tentang Merek:

### a. Direktorat Jenderal Hak Atas Kekayaan Intelektual

Dengan adanya penelitian ini diharapkan Direktorat Jenderal Hak Atas Kekayaan Intelektual dapat lebih memahami pengaturan mengenai merek terkhusus mengenai pendaftaran merek yang telah lebih dahulu terdaftar dan dapat lebih teliti mengenai adanya merek yang sudah terdaftar ketika sedang proses pemeriksaan pendaftaran merek.

### b. Perguruan Tinggi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah referensi bagi perguruan tinggi dalam hal mengenai peraturan hukum tentang merek.

### c. Pelaku Usaha dan Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan kepada pelaku usaha dan masyarakat untuk lebih mengetahui mengenai pengaturan tentang merek dan lebih berhati-hati dalam hal membuat atau menggunakan merek.

## E. Kerangka Pemikiran

Diperlukannya beberapa teori yang merupakan rangkaian asumsi, konsep dan definisi untuk melihat permasalahan hukum secara mendetail. Maka dalam tulisan ini akan diuraikan melalui teori-teori dan pendapat para ahli antara lain:

### 1. Teori Kepastian Hukum

Dalam pembentukan peraturan hukum, terbangun asas yang utama agar tercipta suatu kejelasan terhadap peraturan hukum, asas tersebut ialah kepastian hukum. Gagasan mengenai asas kepastian hukum ini awalnya diperkenalkan oleh Radbruch dalam bukunya yang berjudul “*Einführung In Die Rechtswissenschaften*”. Radbruch menuliskan bahwa didalam hukum terdapt tiga nilai dasar yaitu keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum.<sup>7</sup>

Sejatinya keberadaan asas kepastian hukum ini dimaknai sebagai suatu keadaan dimana telah pastinya hukum karena adanya kekuatan yang konkret bagi hukum yang bersangkutan. Keberadaan asas kepastian hukum merupakan sebuah bentuk perlindungan bagi yustisiabel (pencari keadilan) terhadap tindakan sewenang-wenang, yang berarti bahwa seseorang akan dan dapat memperoleh sesuatu yang diharapkan dalam keadaan tertentu.<sup>8</sup>

Kepastian hukum dapat diartikan sebagai jaminan bagi masyarakat, bahwa seluruh masyarakat akan diperlakukan oleh negara berdasarkan peraturan hukum atau dengan tidak sewenang-wenang. Kepastian hukum merupakan suatu prinsip, asas utama dari penerapan hukum disamping dan sering berhadapan dengan asas keadilan. Kepastian hukum lebih banyak penafsiran harfiah dari ketentuan undang-undang.<sup>9</sup> Tidak boleh adanya hukum yang saling bertentangan pada asas kepastian hukum, hukum harus dibuat dengan rumusan yang bisa dimengerti oleh masyarakat umum. Masyarakat akan lebih tenang

---

<sup>7</sup> Mario Julyano and Aditia Yuli Sulistiawan, “Pemahaman Terhadap Asas Kepastian Hukum Melalui Kontruksi Penalaran Positivisme Hukum,” *Jurnal Crepido* Volume 1 (July 2009): h.14.

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Riduan Syahrani, *Kata-Kata Kunci Mempelajari Ilmu Hukum* (Bandung: Alumni, 2009), h.124.

dana man dengan adanya asas kepastian hukum dan tidak akan mengalami kerugian akibat pelanggaran hukum orang lain.

Satjipto Rahardjo menjelaskan bahwa perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan oleh orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.<sup>10</sup>

## 2. Merek

Merek merupakan bagian dari kekayaan intelektual dan merek pun memiliki peran yang penting dalam kegiatan perekonomian khususnya di bidang perdagangan barang dan jasa. Dengan Merek, produk barang/jasa sejenis dapat dibedakan dari siapakah produsennya, bagaimana kualitasnya, serta keterjaminan bahwa merek tersebut original. Jadi dapat disimpulkan bahwa merupakan suatu tanda yang digunakan dalam perdagangan barang/jasa dan yang memiliki daya pembeda dengan barang jasa milik produsen lain. Daya pembeda ini menjadi syarat yang harus ada pada merek, hal ini berhubungan dengan pemberian hak eksklusif dari negara kepada pemilik merek terdaftar. Hak atas merek tersebut diberikan dalam jangka waktu tertentu, menggunakannya sendiri atau memberi izin kepada seseorang atau badan hukum untuk menggunakannya.

Dari definisi yang dinyatakan dalam UU Merek dan Indikasi Geografis dapat diketahui bahwa pada hakikatnya merek adalah sebuah tanda. Akan tetapi, sebuah tanda tidak akan demikian saja diterima sebagai merek jika tidak memiliki daya pembeda. Maksud dari daya pembeda adalah memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. Tanda dianggap tidak memiliki daya pembeda apabila tanda

---

<sup>10</sup> Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: Alumni, 1982), h.93.

tersebut terlalu sederhana seperti satu tanda garis atau satu tanda titik, ataupun terlalu rumit sehingga tidak jelas.<sup>11</sup>

Dari sisi produsen, merek digunakan sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas konsumen, merek diperlukan untuk melakukan pilihan barang yang akan dibeli. Bahkan terkadang penggunaan merek tertentu bagi seorang konsumen dapat menimbulkan image tertentu pula. Oleh karena itu, suatu produk apakah produk itu baik atau tidak tentu akan memiliki merek. Bahkan tidak mustahil merek yang telah dikenal luas oleh konsumen karena mutu dan harganya akan selalu diikuti, ditiru, dibajak bahkan mungkin dipalsukan oleh produsen lain.<sup>12</sup>

Permohonan merek ditolak apabila merek tersebut memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang/jasa sejenis, lalu merek terkenal milik pihak lain untuk barang/jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu atau indikasi geografis terdaftar.

Merek yang terdaftar di Ditjen HaKI menunjukkan legalitas bagi pemiliknya, yang artinya hukum hanya melindungi, menganggap sah dan memberi kepastian hukum kepada orang yang mendaftarkan merek itu, sebagai pemilik yang berhak atas merek. Jika ada pihak lain yang menggunakan merek yang sama pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang terdaftar, hal tersebut seharusnya akan mendapat reaksi dari pemilik merek yang sah. Dan jika didaftarkan permohonan pendaftarannya akan ditolak oleh Ditjen HaKI sesuai dengan Pasal 3 dan 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

---

<sup>11</sup> Risa Amrikasari, *Ini Perbedaan Merek Biasa, Merek Terkenal, dan Merek Termasyhur*, <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5563c921eed12/ini-perbedaan-merek-biasa-merek-terkenal--dan-merek-termasyhur/>, diakses pada tanggal 28 Desember 2020, Pukul 08.15.

<sup>12</sup> Haedah Faradz, "Perlindungan Hak Atas Merek," *Jurnal Dinamika Hukum: FH Unsoed* Vol. 8 (January 2008): h.40.

### 3. *Typosquatting*

*Typosquatting* adalah Tindakan secara sengaja dalam penamaan nama domain untuk mengambil keuntungan dari kesalahan pengetikan dan pengejaan dari pada pengguna. Atau dalam pengertian asing “*Typosquatting is a speculative behavior that leverages Internet naming and governance practices to extract profit from users misspellings and typing error*”. Pengaturan mengenai siapa saja yang berhak untuk memiliki nama domain diatur dalam Pasal 23 Ayat 1 dan 2 UU ITE. Dengan kedua pasal tersebut dapat diketahui bahwa Tindakan *typosquatting* bertentangan dengan itikad yang baik dan melanggar prinsip-prinsip persaingan bisnis secara sehat. Hal ini akan menyebabkan perselisihan jika suatu nama domain dimaksudkan untuk tujuan sendiri dan kepentingan tersendiri dengan kata lain nama domain di sini digunakan sebagai upaya untuk menyesatkan pengguna agar pengguna lebih banyak mengakses informasi bukan dari pemilik domain yang sah. Hal tersebut dilakukan dengan cara mengubah susunan nama dan huruf-huruf sebuah merek yang sebelumnya telah didaftarkan dengan harapan pengguna akan melakukan kesalahan dalam pengetikan/pengejaan ketika mencari informasi dari pemilik domain yang sah.<sup>13</sup>

### F. Langkah-Langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian adalah suatu cara untuk mendapatkan sumber-sumber informasi terkait dengan topik permasalahan yang akan dibahas dalam suatu karya tulis ilmiah.<sup>14</sup> Berikut adalah langkah-langkah penelitian yang disusun tempuh:

#### 1. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, metode deskriptif analitis menurut Sugiyono adalah metode yang digunakan untuk

<sup>13</sup> I Dewa Nyoman Esta Mahar Dita and I Made Dedy Priyanto, “Pengaturan Hukum Tentang Tindakan Typosquatting Terhadap Nama Domain Dalam Kegiatan E-Commerce,” *Jurnal Kertha Desa* Vol. 8, no. 10 (2020): h.6.

<sup>14</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI-Press, 1998), h.67.

menggambarkan suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.<sup>15</sup> Metode deskriptif analitis yaitu dengan menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dikaitkan dengan teori hukum dengan maksud untuk menemukan unsur-unsurnya kemudian dianalisis. Metode deskriptif analitis yaitu penelitian yang berusaha menafsirkan dan memaparkan sesuatu, seperti kondisi atau hubungan yang ada, proses yang berlangsung, pendapat yang berkembang, akibat yang terjadi atau kecenderungan yang berlangsung kemudian dianalisis untuk diambil kesimpulan.<sup>16</sup>

## 2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penyusun menggunakan pendekatan penelitian yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau primer.<sup>17</sup> Penelitian ini berfokus untuk mengkaji putusan Pengadilan yang terkhusus Putusan Mahkamah Agung Nomor 100 PK/Pdt.Sus/2012 Tentang Sengketa Merek Alat-Alat Kantor Index Dengan Bindex yang ditinjau dengan pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

## 3. Sumber dan Jenis Data

### a. Sumber Data

#### 1) Sumber Data Primer

Sumber data primer sebagai data utama dalam penelitian ini yang diperoleh dari putusan maupun undang-undang yang berkaitan dengan materi penelitian ini. Sumber data primer pada penelitian ini adalah Putusan Mahkamah Agung Nomor 100 PK/Pdt.Sus/2012 Tentang Sengketa Merek Alat-Alat Kantor Index Dengan Bindex.

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas, 2003), h.23.

<sup>16</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian hukum* (Jakarta: Kencana, 2005), h.19.

<sup>17</sup> Soerjono Soekanto and Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2001), h.13.

## 2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yang digunakan sebagai data pelengkap dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur terhadap buku-buku dan perundang-undangan yang berhubungan dengan masalah penelitian.

## 3) Sumber Dara Tersier

Sumber data tersier yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap sumber data primer dan sekunder seperti website, kamus hukum, ensiklopedi dan jurnal yang berhubungan dengan masalah penelitian.

### b. Jenis Data

#### 1) Bahan Hukum Primer:

- a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1985 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2009 Tentang Mahkamah Agung;
- c) Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 Tentang Kekuasaan Kehakiman
- d) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis;
- e) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- f) Putusan Mahkamah Agung Nomor 100 PK/Pdt.Sus/2012 Tentang Sengketa Merek Alat-Alat Kantor Index Dengan Bindex.

#### 2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer.<sup>18</sup> Bahan hukum sekunder yang digunakan diantaranya adalah literatur-literatur

---

<sup>18</sup> Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), h.114.

yang berhubungan dengan topik yang dibahas, hasil penelitian, buku-buku hukum, jurnal hukum dan artikel ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum sekunder.<sup>19</sup> Bahan hukum tersier yang digunakan mencakup bahan yang memberikan petunjuk-petunjuk dan penjelasan terhadap sumber data primer dan sekunder seperti kamus umum, kamus hukum dan ensiklopedia.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Studi Pustaka

Adapun data yang diperlukan diperoleh melalui studi kepustakaan (*Library Research*) yaitu data kepustakaan yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi dan hasil penelitian.

### b. Studi Dokumen

Data yang digunakan dalam studi dokumen dalam penelitian ini adalah Putusan Mahkamah Agung Nomor 100 PK/Pdt.Sus/2012 Tentang Sengketa Merek Alat-Alat Kantor Index Dengan Bindex.

## 5. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui studi kualitatif terhadap semua data yang diperlukan dan terkumpul dari hasil penelitian kepustakaan yang dilakukan. Dalam penelitian ini pembahasan akan diarahkan pada kajian teori mengenai analisis putusan mahkamah agung nomor 100

---

<sup>19</sup> Ibid., h.115.

pk/pdt.sus/2012 tentang sengketa merek alat-alat kantor index dengan bindex.

#### 6. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Jl. A.H. Nasution No. 105, Cipadung, Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat
- b. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah, Jl. Kawalayaan Indah II No.4, Jatisari, Kec. Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat

