

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, manusia telah membuat berbagai macam karya dengan kemampuan intelektualnya untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin meningkat. Untuk membuat suatu karya, dibutuhkan banyak pikiran, kreativitas, tenaga, dan waktu, dan hasilnya diharapkan dapat memiliki nilai yang ekonomis. Karya yang dibuat oleh pemikiran manusia harus dilindungi oleh hukum untuk melindunginya.

WIPO (*World Intellectual Property Organization*), sebuah Lembaga internasional dibawah PBB yang fokus pada masalah HKI memberikan definisi bahwa kekayaan intelektual merupakan hasil oleh pikir manusia yang tercermin dalam berbagai bentuk karya, seperti penemuan di bidang teknologi (invensi), karya sastra dan seni, serta elemen-elemen visual dan identitas dagang seperti simbol, nama, gambar, dan desain, yang memiliki fungsi dan nilai dalam kegiatan perdagangan.¹ Maka diadakan berbagai konvensi Multilateral. *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT) yaitu prosedur umum mengenai tarif dan perdagangan. Tujuannya untuk menciptakan sistem perdagangan yang bebas dan adil dan dimaksudkan untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan secara menyeluruh. Sebagai bagian dari kerangka perjanjian multilateral di bawah naungan GATT, pada bulan April 1994 di Maroko dicapai suatu kesepakatan

¹ Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, 3rd ed. (Malang, Jatim: Setara Press, 2020), hal.2.

komprehensif hasil perundingan perdagangan internasional. Proses perundingan tersebut telah dimulai sejak tahun 1986 di Punta del Este, Uruguay, yang kemudian dikenal secara luas sebagai Putaran Uruguay (*Uruguay Round*).²

Salah satu bentuk sederhana dari kekayaan intelektual dapat ditemukan pada penggunaan suatu tanda yang berfungsi sebagai pembeda antara satu produk atau jasa dengan yang lain, yang aplikasinya terlihat dalam berbagai bidang seperti teknologi komunikasi dan transportasi, desain pakaian, makanan olahan, produk rumah tangga, hingga karya-karya seni, termasuk karya tulis, musik, suara, dan film. Seluruh bentuk kreasi tersebut memperoleh perlindungan hukum guna menjamin agar para pencipta dan inovator dapat terus berkarya dalam suasana yang aman, adil, dan mendukung pembangunan ekonomi. Esensi utama dari perlindungan kekayaan intelektual adalah penghormatan terhadap hasil dari pemikiran, imajinasi, dan keterampilan individu, sehingga tindakan mengambil atau menggunakan karya tanpa izin dipandang tidak adil dan melanggar hak eksklusif penciptanya.³

Praktik penggunaan tanda sebagai alat pembeda antar produk barang maupun jasa telah dikenal sejak ribuan tahun sebelum Masehi. Salah satu contohnya dapat ditemukan dalam peradaban Minoan, dimana masyarakatnya telah menggunakan simbol atau cap tertentu untuk menandai

² Sudargo Gautama and Rizawanto Winata, *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia (Dalam Rangka WTO, TRIPS) 1997* (Bandung, 1997). hal. 45-47

³ Zulkifli Makkawaru, *Hak Kekayaan Intelektual Seri Hak Cipta, Paten, Dan Merek*, 2021. hal. 6

kepemilikan atas barang, hewan, bahkan manusia. Di masa yang sama, bangsa Mesir Kuno juga menerapkan praktik serupa, yakni dengan memberikan penanda pada batu-batu yang dipahat atas perintah raja, sebagai bentuk identifikasi asal dan otoritas pembuatnya.⁴ Hal ini dilakukan sebagai bukti kerja para pengrajin untuk memudahkan dalam meminta upah. Manfaat dalam pemberian tanda pada barang atau jasa mulai terasa pada saat manusia mulai mengenal perdagangan, karena untuk memberikan pembeda pada produk dirinya dengan produk pesaingnya. Dalam konteks ini, tanda yang dikenal sebagai merek memegang peranan strategis dalam kegiatan pemasaran, sekaligus berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan citra dan reputasi produk di benak konsumen.

Merek terdapat unsur ciptaan dalam sektor seni seperti design, logo, atau huruf. Akan tetapi, yang memperoleh perlindungan hukum bukanlah hak cipta dalam ranah seni, melainkan merek itu sendiri. Perlindungan terhadap hak atas merek tersebut dibatasi hanya pada pemanfaatannya dalam kaitannya dengan barang-barang yang diperdagangkan dan memiliki nilai komersial.

Dalam konteks perdagangan bebas yang semakin mengglobal, merek memegang peranan esensial sebagai fondasi utama dalam sistem perdagangan modern. Merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas pembeda antarproduk, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam mendukung ekspansi pasar, membentuk citra dan reputasi, serta menjadi

⁴ Rahmi Jened, *Hukum Merek Trademark Law*, 2015. hal. 79

indikator standar mutu suatu barang dan/atau jasa. Lebih dari itu, merek memiliki nilai ekonomi yang tinggi karena dapat diperdagangkan sebagai aset intelektual yang memberikan keuntungan kompetitif bagi pemiliknya. Pengelolaan merek yang efektif akan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan bisnis serta peningkatan daya saing, baik dalam lingkup nasional maupun global.⁵ Dari perspektif perilaku konsumen, kepercayaan terhadap mutu suatu produk sangat dipengaruhi oleh reputasi mereknya, sehingga mayoritas konsumen cenderung memilih barang dan/atau jasa yang telah memiliki merek dengan jaminan kualitas yang teruji.

Perjanjian TRIP's merupakan instrumen hukum internasional yang bertujuan, sebagaimana diatur dalam Pasal 17, untuk memberikan perlindungan serta menjamin penegakan hak kekayaan intelektual. Tujuan tersebut diarahkan guna mendorong inovasi di bidang teknologi, memfasilitasi alih serta penyebaran teknologi, dengan tetap mempertimbangkan kepentingan para produsen serta pengguna pengetahuan teknologi. Seluruh mekanisme tersebut dilaksanakan dalam kerangka yang mendukung tercapainya kesejahteraan sosial dan ekonomi, serta menjamin adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban.

Perjanjian TRIP's merupakan perjanjian yang paling banyak diikuti oleh negara serta memiliki peran strategis dalam pengaturan perdagangan

⁵ Ni Putu, Winda Pramesti, and Ida Ayu Sukihana, "Pendaftaran Suara Sebagai Merek Non- Tradisional Berdasarkan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek," 2016, 1–13.

internasional seperti saat ini. Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1994 tentang *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia), sehingga Indonesia harus menyesuaikan peraturan perundang-undangan di bidang HKI dengan ketentuan yang diatur dalam persetujuan TRIPs⁶. Pasal 15 ayat (1) TRIP's Agreement menyatakan bahwa setiap tanda, atau kombinasi tanda, yang mampu membedakan barang atau jasa dari satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya, dapat dijadikan sebagai merek dagang. Tanda-tanda ini mencakup kata (termasuk nama pribadi), huruf, angka, elemen bergambar, kombinasi warna, serta gabungan dari berbagai jenis tanda tersebut. Ketentuan ini menekankan pentingnya unsur daya pembeda sebagai syarat utama suatu merek dapat dilindungi sebagai merek.

Jika suatu merek tidak memiliki daya pembeda secara inheren, negara anggota diperbolehkan untuk mensyaratkan pembuktian bahwa merek tersebut telah memperoleh daya pembeda melalui penggunaan. Dengan demikian, pasal ini memberikan fleksibilitas bagi negara anggota WTO dalam menetapkan standar nasional terkait pendaftaran merek, termasuk dalam hal penilaian dan pembuktian unsur pembeda. Hal ini sangat relevan, terutama untuk merek-merek non-tradisional seperti suara,

⁶ Laina Rafianti, "Perkembangan Hukum Merek Di Indonesia," *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum* 7, no. 1 (2015). hal. 2

warna, atau bentuk kemasan yang umumnya tidak dianggap memiliki daya pembeda secara langsung. Misalnya, dua not musik sederhana.

Pengaturan tentang merek di Indonesia telah dimulai sejak diberlakukannya Undang-Undang pertama kali pada tahun 1992, dan sejak itu beberapa kali direvisi hingga akhirnya disahkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sebagaimana yang diketahui bahwa “merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa” hal tersebut termaktub pada Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

Berdasarkan definisi tersebut, merek dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu merek tradisional dan merek non-tradisional. merek tradisional mencakup elemen-elemen seperti gambar, logo, nama, huruf, angka, serta kombinasi warna yang umumnya ditampilkan dalam bentuk 2 (dua) dimensi. Sementara itu, merek non-tradisional terbagi lagi menjadi dua sub-kategori, yakni merek non-tradisional yang bersifat visual yang meliputi bentuk 3 (tiga) dimensi, warna, hologram, judul film dan buku, tanda multimedia, posisi, serta

gerakan (gesture); dan merek non-tradisional yang bersifat non-visual, yang mencakup unsur-unsur seperti suara, aroma, rasa, dan tekstur.⁷

Suara termasuk dalam kategori yang dilindungi sebagai merek, sebagaimana diatur dalam Pasal 2 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Meskipun demikian, Undang-Undang tersebut tidak memberikan definisi khusus mengenai merek suara, yang dalam praktik dikenal sebagai *sound branding* atau *audio branding*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), suara didefinisikan sebagai bunyi yang dihasilkan oleh mulut manusia, seperti saat berbicara, menyanyi, tertawa, atau menangis. *Sound branding* sendiri merujuk pada proses penciptaan identitas suara yang khas bagi suatu merek atau entitas bisnis. Penerapan merek suara pertama kali dilakukan oleh *British Broadcasting Company* (BBC), yang menciptakan jingle pada tahun 1927 dan kemudian mendaftarkannya secara resmi pada tahun 1947. Di sisi lain, perusahaan otomotif *Harley Davidson* telah memanfaatkan suara khas deru mesinnya sejak 1994, yang kemudian berhasil didaftarkan sebagai merek suara pada tahun 1997.⁸

Pendaftaran merek suara di Indonesia diakui secara normatif melalui Pasal 4 ayat (7) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang mewajibkan bahwa apabila merek berupa suara, lampiran permohonan harus berupa notasi dan rekaman suara. Namun,

⁷ Kristina Sanca Ngunas, "Tinjauan Yuridis Suara Sebagai Merek Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek," 2024. hal.3

⁸ Rahmi Jened, *Hukum Merek Trademark Law*. hal. 92

ketentuan tersebut bersifat deklaratif semata dan tidak memberikan uraian rinci tentang jenis-jenis suara yang dapat diterima sebagai merek suara. Hal ini tidak hanya menciptakan kekosongan hukum, tetapi juga berdampak pada aspek implementasi kebijakan hukum.

Tanpa adanya pedoman substantif mengenai kriteria suara, praktik pemeriksaan di DJKI dapat menjadi tidak efisien dan rentan terhadap inkonsistensi. Pemeriksa mungkin hanya mengandalkan interpretasi subjektif atau preseden terbatas, sehingga berpotensi memperlambat tindakan administratif serta memunculkan keputusan yang tidak dapat diprediksi. Akibatnya, pelaku usaha yang ingin memanfaatkan *sound branding* dihadapkan pada ketidakpastian berusaha, karena tidak mengetahui secara apakah suara yang dimilikinya memenuhi syarat sebagai merek terdaftar.

Jika dibandingkan dengan sistem hukum di Uni Eropa, perbedaan regulasi ini sangat menonjol. Dalam kerangka EUTMIR (*European Union Trade Mark Regulation*) dan pedoman EUIPO, sebuah merek suara diakui sebagai “*sound of combination of sounds*” dan boleh diwakili melalui file audio dalam format MP3 dengan ukuran maksimal 2 MB atau notasi musik yang akurat⁹. Pedoman EUIPO pun secara spesifik menyingkirkan penggunaan sonogram sebagai representasi yang diterima¹⁰. Dengan demikian, di Uni Eropa, pendaftar dan pemeriksa memiliki tolak ukur teknis

⁹ <https://guidelines.euipo.europa.eu/1803468/1789732/trade-mark-guidelines/9-7-----9-3-7-sound-marks>

¹⁰ <https://www.worldipreview.com/trademark/hitting-the-right-note-sound-trademarks-at-the-euipo>

dan substantif yang jelas untuk mengevaluasi pendaftaran merek suara, termasuk ketentuan tentang *distinctiveness*, tidak deskriptif atau generik, dan bukan unsur fungsional produk.

Kekosongan regulasi serupa di Indonesia tidak hanya melemahkan konsistensi administrasi dan efisiensi birokrasi, tetapi juga bisa menghambat integritas sistem kekayaan intelektual domestik ke dalam rezim internasional. Indonesia berpotensi tertinggal dalam menyambut tren perlindungan terhadap merek non-tradisional, yang semakin penting di era digital dan pemasaran kreatif. Oleh karena itu, penyusunan peraturan pelaksana yang menetapkan kategori jenis suara, format representasi teknis, durasi, serta kriteria substantif sangat mendesak agar tercapai kapasitas hukum, efisiensi administratif, dan harmonisasi dengan standar global.

Sebaliknya, negara-negara maju telah siap dalam merespons perkembangan merek non-tradisional. Negara seperti Belanda, melalui sistem EUIPO, menyediakan pedoman teknis lengkap yang memungkinkan pemohon pendaftaran merek suara dengan unggulan file digital dan disertai deskripsi tertulis yang memenuhi prinsip representasi grafis yang jelas, objektif, dan dapat diakses. Praktik ini didukung oleh yurisprudensi penting dari *European Court of Justice* dalam kasus *Shield Mark BV* melawan *Joost Kist* (*Case C-283/01*) yang terjadi di Belanda.

Dalam kasus ini, perusahaan *Shield Mark BV* mengajukan pendaftaran merek untuk berbagai jenis suara, termasuk notasi musik terkenal seperti awal lagu "*Fur Elise*" karya Beethoven. Namun, sebagian

besar permohonan tersebut ditolak karena tidak memenuhi syarat representasi grafis yang jelas dan tepat sebagaimana ditentukan dalam pasal 2 dari *First Council Directive 89/104/EEC* (yang kini diatur dalam *EU Trade Mark Regulation*). *European Court of Justice* memutuskan bahwa merek suara dapat didaftarkan sebagai merek dagang, asalkan merek tersebut dapat direpresentasikan secara grafis dan memenuhi beberapa kriteria, seperti representasi tersebut harus jelas, tepat, lengkap, mudah diakses oleh publik, mudah dipahami, tahan lama, dan objektif.¹¹ Dalam konteks ini, representasi berupa notasi musik (seperti lembar partitur) dinilai memenuhi syarat tersebut, sedangkan deskripsi verbal atau fonetik dianggap terlalu subjektif dan ambigu.

Putusan ini memberikan dampak signifikan dalam pengembangan hukum merek Uni Eropa karena memperjelas standar yang harus dipenuhi untuk pendaftaran merek non-tradisional, khususnya suara. Artinya, meskipun suara dapat berfungsi sebagai merek, cara menggambarannya secara grafis harus mematuhi prinsip *legal certainty* (kepastian hukum). Kasus ini juga memberikan arah bagi sistem merek nasional di negara anggota WTO lainnya untuk menyusun ketentuan yang lebih akomodatif terhadap bentuk merek modern. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan lanjutan yang mewajibkan pemohon merek suara untuk melampirkan uraian tertulis mengenai karakteristik suara yang diajukan. Ini bertujuan untuk

¹¹ Markus Yohanis Hage, "Perbandingan Registrabilitas Merek Suara Di Uni Eropa, Australia Dan Indonesia Serta Problematikanya," *Masalah-Masalah Hukum* 50, no. 3 (2021): 339–50, <https://doi.org/10.14710/mmh.50.3.2021.339-350>.

mendukung sistem representasi yang jelas dan objektif, serta mencegah multitafsir dalam proses pemeriksaan oleh DJKI.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, penulis menetapkan untuk membahas dan menyusun skripsi dengan judul “**Kriteria Suara Sebagai Merek Dalam Hukum Merek Di Indonesia (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dilakukan penelitian yang berjudul, Bagaimana bentuk kriteria suara untuk mendaftarkan merek suara dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?

C. Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada latar belakang serta inti permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana bentuk kriteria suara pada merek suara yang dapat didaftarkan di Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk manfaat sebagai berikut :

a. Manfaat teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi dunia akademik sebagai bentuk sumbangsih pemikiran dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam memperkaya kajian hukum perdata di bidang hak kekayaan intelektual, dengan fokus pada aspek merek suara.

b. Manfaat praktis

Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman baik bagi individu maupun masyarakat secara umum mengenai kriteria suara terhadap pendaftaran merek suara.

E. Landasan Konseptual

Agar dapat memahami makna yang terkandung dalam judul penelitian ini, penulis merasa perlu memberikan penjelasan atau batasan terhadap konsep-konsep yang digunakan. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pembahasan serta membedakan skripsi ini dari penelitian lainnya. Oleh karena itu, diperlukan pemaparan mengenai konsep-konsep yang berkaitan dengan judul skripsi ini, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Merek

Merek merupakan salah satu bagian dalam kekayaan intelektual yang memiliki fungsi utama sebagai penanda suatu produk barang dan/atau jasa. Berdasarkan pasal 1 ayat (1) Undang-Undang 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.¹²

2. Merek Suara

Merek suara termasuk dalam kategori merek non-tradisional, yaitu merek yang tidak memiliki bentuk visual tetapi dapat dikenali oleh pendengaran. Merek suara baru diakui sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Dalam pasal 4 ayat (7) Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa:

“dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa suara, label merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.”

3. Kriteria Merek Suara

Kriteria merek suara merupakan syarat-syarat hukum yang harus dipenuhi agar suatu suara dapat didaftarkan dan diakui sebagai merek yang sah secara hukum. Kriteria ini mengacu pada prinsip-prinsip yang berlaku secara nasional maupun internasional.

¹² Presiden Republik Indonesia, “Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis,” *Jdih Bpk Ri*, no. 1 (2016): 1–51.

Jadi, suara dapat memperoleh perlindungan sebagai merek sepanjang memenuhi sejumlah kriteria yang bersifat administratif dan substantif.

F. Landasan Teori

Landasan teori merupakan kerangka acuan yang menghubungkan teori-teori tertentu sebagai dasar berpikir dalam pelaksanaan penelitian untuk menelaah suatu permasalahan. Dalam upaya pemecahan masalah, dibutuhkan sejumlah teori yang membentuk susunan argumentasi, konsep, dan definisi guna menganalisis isu yang diteliti. Berdasarkan hal tersebut, maka landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Teori Kepastian Hukum, menurut Sudikno Mertokusumo, kepastian hukum merupakan pelaksanaan ketentuan hukum sebagaimana tertulis dalam peraturan perundang-undangan. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk memiliki keyakinan bahwa hukum yang berlaku dapat dijalankan secara konsisten. Sudikno juga menekankan bahwa meskipun kepastian hukum memiliki keterkaitan dengan prinsip keadilan, keduanya merupakan konsep yang berbeda. Hukum bersifat umum, mengikat, dan berlaku secara menyamaratakan bagi seluruh subjek hukum, sedangkan keadilan bersifat subjektif, individual, dan tidak dapat disamakan penerapannya pada setiap kasus.¹³

¹³ Siti Halilah and Fakhrurrahman Arif, "Asas Kepastian Hukum Menurut Para Ahli," *Jurnal Hukum Tata Negara* 4, no. Desember (2021): 56–65, <http://www.ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Siyasah/article/view/334/275>.

Kepastian hukum menurut Sudikno Mertokusumo adalah pelaksanaan hukum sesuai dengan aturan yang tertulis, sehingga masyarakat dapat mempercayai dan mengandalkan keberlakuan hukum tersebut. Meskipun kepastian hukum berhubungan erat dengan keadilan, keduanya memiliki karakteristik yang berbeda. Hukum bersifat umum, mengikat, dan berlaku secara merata, sementara keadilan bersifat subjektif, personal, dan tidak selalu dapat disamaratakan.

G. Orisinalitas Penelitian

Sebagai bentuk preventif terhadap kesamaan dalam penelitian ini, penulis melakukan penelusuran studi terdahulu. Sejauh penelusuran penulis terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Skripsi Fakultas Hukum Universitas Brawijaya tahun 2016, disusun oleh Dynda Fanisha dengan NIM 125010107111084, dengan judul **“Urgensi dan Dasar Pemikiran Hukum “Suara” Sebagai Unsur Merek Dagang (Suatu Tinjauan Yuridis Komparatif Antara Undang-Undang Merek Indonesia dan Singapore)”**.

Penulis ini membahas tentang urgensi dan dasar pemikiran hukum yang memungkinkan suara sebagai bagian atau unsur dari merek di Indonesia dan perbandingan pengaturan suara sebagai unsur merek menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek

dengan peraturan merek di Singapore (*Singapore Treaty on The Law of Trade Mark*).

2. Tesis Fakultas Hukum Universitas Lampung tahun 2024, disusun oleh Laura Naomi Rotua Gultom dengan NPM 2222011033, dengan judul **“Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Suara Di Indonesia”**.

Penulis ini membahas tentang peraturan perlindungan hukum merek di Indonesia, karakteristik suara (*soundmarks*) yang dapat didaftarkan menjadi merek suara di Indonesia, dan mekanisme pendaftaran merek suara di Indonesia.

3. Tesis Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan tahun 2020, disusun oleh Mozza Pratidina dengan NPM 01659190006, dengan judul **“Konsepsi Dan Implementasi Perlindungan Hukum Bagi Jingle Sebagai Merek Non-Tradisional Suara”**.

Penulis ini membahas tentang pengaturan mengenai perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional suara dan pelaksanaan perlindungan hukum bagi *jingle* sebagai merek non-tradisional tetapi digunakan juga untuk karya musik.

Dari ketiga penulis diatas, peneliti menemukan perbedaan dalam pembahasan. Peneliti akan membahas mengenai bentuk kriteria suara untuk mendaftarkan merek suara sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

H. Metode Penelitian

1) Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Yuridis Normatif. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian normatif merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menemukan norma hukum, asas-asas hukum, serta doktrin hukum guna menjawab permasalahan hukum yang dihadapi. Pendekatan ini dilakukan dengan tujuan memberikan pemahaman dan penjelasan mengenai teori-teori hukum serta ketentuan dalam peraturan perundang-undangan.

2) Pendekatan penelitian yang digunakan

Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*), pendekatan yang merujuk pada peraturan perundang-undangan yang bersangkutan paut dengan permasalahan (isu hukum).
- b. Pendekatan Kasus (*Case Approach*), pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena atau masalah terkait dengan kasus tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kasus sengketa merek suara di Belanda dalam kasus *Shield Mark BV* melawan *Joost Kist* (*Case C-283/01*).
- c. Pendekatan Perbandingan (*Comparative Approach*), pendekatan yang digunakan untuk membandingkan dua atau lebih objek atau situasi guna menilai persamaan dan perbedaan di antara mereka.

d. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*), pendekatan yang merujuk pada prinsip-prinsip yang ada dalam pandangan atau doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.

3) Pengumpulan Bahan Hukum

- a) Bahan hukum primer adalah sumber hukum yang memiliki kekuatan mengikat dan diakui secara resmi. Bahan ini mencakup peraturan perundang-undangan yang disusun sesuai dengan tingkatan dalam hierarki sistem hukum. Bahan hukum primer yang digunakan yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geologis, Pasal 28D ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1994 Tentang *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia), Perjanjian TRIP's, *Singapore Treaty on the Law of Trademarks*, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik, *Trade Marks Rules 2008*, *European Union Intellectual Property Office (EUIPO), Guidelines for Examination*, *General Agreement on Tariff and Trade (GATT)*, *The Paris Convention* (Konvensi Paris).
- b) Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang menjelaskan bahan hukum primer seperti buku-buku hukum, jurnal ilmu hukum, skripsi, tesis dan artikel hukum.

c) Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus hukum.

4) Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan penelitian hukum normatif yaitu dengan cara mengidentifikasi data untuk mengetahui kelengkapan, kejelasan dan kebenaran data yang dipilih sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

I. Sistematika Penulisan

Guna memberikan gambaran umum mengenai struktur penulisan skripsi ini, penulis membagi pembahasan ke dalam empat bab utama, yang masing-masing bab diuraikan lebih lanjut ke dalam sub-bagian sesuai dengan kebutuhan dan sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab I. Pendahuluan Dalam bab ini berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, landasan konseptual, landasan teori, metode penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II. Tinjauan Pustaka Dalam bab ini penulis menguraikan tinjauan umum tentang merek dan tinjauan umum tentang merek suara. Bab ini merupakan penjelasan Bab I yang kemudian akan dibahas dalam Bab III.

Bab III. Pembahasan Dalam bab ini penulis menguraikan dan membahas mengenai bagaimana pengaturan notasi dan rekaman suara untuk mendaftarkan merek suara pada pasal 4 ayat (7) Undang-Undang

Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Bab ini merupakan jawaban atas rumusan masalah yang sedang diteliti.

Bab IV. Penutup Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang erat kaitannya dengan analisis yang penulis lakukan.