

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak yang berasal dari hasil kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuk, yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, juga memiliki nilai ekonomi. Sifat dari hak kekayaan intelektual adalah hak kebendaan. Hak atas hasil kerja itu dirumuskan sebagai intelektual, sehingga ketika sesuatu tercipta berdasarkan hasil kerja otak maka dirumuskan sebagai Hak Kekayaan Intelektual¹.

Hak Eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pelaku HKI (Inventor, Pencipta, Pendesain, dan lain sebagainya) tiada lain dimaksudkan sebagai penghargaan atas hasil karya (Kreativitas) nya agar orang lain dapat lebih lanjut mengembangkannya, sehingga dengan sistem HKI tersebut kepentingan masyarakat ditentukan melalui mekanisme pasar².

Merek dalam ruang lingkup Hak Kekayaan Intelektual (HKI), diuraikan dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 1992 tentang Merek menggantikan UU No.21 Tahun 1961 yang dianggap sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan di bidang perdagangan, yang sebetulnya sudah disempurnakan melalui UU No. 14 tahun 1997. Sejauh menyangkut prinsip-prinsip pokok dan pengertian-pengertian, ternyata

¹Muhammad Djumhana dan R. DJubaedillah, *Hak Milik Intelektual, Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, cet. Ke-3, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2003) hlm. 21.

²<http://www.hukumcorner.com/penjelasan-tentang-haki-hak-atas-kekayaan-intelektual/> diakses pada tanggal 16-06-2019 pada waktu 22.20 Wib.

UU No.14 Tahun 1997 tidak banyak berubah jika dibandingkan dengan UU No. 19 Tahun 1992 yang secara substansi telah menyesuaikan diri dengan ketentuan-ketentuan. Demikian pula UU No. 15 Tahun 2001, jika dibandingkan dengan UU No. 14 Tahun 1997 terdapat beberapa penyempurnaan yang disesuaikan dengan perjanjian-perjanjian internasional lainnya serta pengalaman Kantor Merek (Dirjen KI, Depkeh HAM RI) yang saat ini telah menjadi Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Dirjen Hak Kekayaan Intelektual³.

Merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menjelaskan merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa⁴.

. Mengingat merek mempunyai peran yang sangat penting dalam perdagangan barang atau jasa, pengaturan tentang merek dalam sistem hukum indonesia sudah berlangsung lama. Undang-Undang merek terdapat pula Peraturan Pemerintah (PP) yaitu Peraturan Pemerintah (PP) nomor 32 tahun 1995 Tentang komisi banding merek⁵.

Masalah merek sangat erat kaitannya dengan persaingan tidak jujur (*unfair competition*). Secara umum kompetisi atau persaingan dalam perdagangan adalah baik, sebab dapat meningkatkan kualitas

³Erma,Wahyuni,dkk, *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, (Yogyakarta : YPAPI, 2011), hlm.2.

⁴H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada,, 2004), hlm. 338.

⁵Suyud Margono, *Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual*, (Bandung :Nuasa Aulia, 2010),hal 7.

maupun kuantitas suatu produk ,memperlancar produksi, yang pada akhirnya akan menguntungkan baik pihak produsen maupun konsumen. Tetapi apabila persaingan kemudian sampai pada suatu keadaan dimana pengusaha yang merasa produk miliknya tersaingi dan berusaha menjatuhkan pesaingnya dengan cara-cara yang tidak baik, kerugian yang diderita oleh pihak lain,maka hal ini merupakan awal terjadinya pelanggaran hukum. Persaingan yang dilakukan dengan cara yang tidak baik melawan aturan hukum, norma sopan santun, norma social lain dalam lalu lintas perdagangan akan menjurus pada persaingan curang⁶.

Perlindungan merek merupakan salah satu aspek penting dalam hukum merek. Perlindungan yang diberikan oleh Undang–Undang merek terhadap merek merupakan pengakuan terhadap keberhasilan pemilik merek dalam menciptakan image eksklusif dari produknya yang di peroleh melalui pengiklanan atau penjualan produk–produknya secara langsung. Adanya peniruan merek pada dasarnya dilandasi itikad tidak baik, yaitu mengambil kesempatan dari ketenaran merek orang lain. Sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik merek disebabkan ada kemungkinan berkurangnya penjualan produk akibat dari sebagian konsumennya beralih ke merek yang menyerupainya⁷.

Pelanggaran hak atas merek dan mekanisme penyelesaiannya terjadi apabila ada pihak lain selain pemilik merek yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa sejenis. Pihak yang berhak

⁶Gatot, Soemartono. *Arbitrase&Mediasi di Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2006), hal 268.

⁷ Tim Lindsey,*Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Alumni, 2006), hlm.151.

mengajukan gugatan atas merek adalah pemilik merek dan penerima lisensi merek terdaftar⁸.

Adapun salah satu contoh sengketa merek yaitu, perkara antara Inter IKEA System yang merupakan perusahaan dari Belanda melawan IKEA milik lokal. Dalam putusan nomor 264 K/Pdt.Sus-HKI/2015, majelis hakim memenangkan pihak IKEA lokal yang berasal dari Surabaya. Hakim menyatakan bahwa majelis hakim dalam pengadilan tingkat pertama tidak salah dalam menerapkan hukum. *“Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat sudah tepat dan benar serta tidak salah menerapkan hukum,”* demikian kutipan dalam putusan tersebut.

Hal tersebut didasarkan pada pertimbangan diantaranya bahwa berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (yang berlaku saat itu), dimana merek yang tidak digunakan oleh pemiliknya selama 3 (tiga) tahun berturut turut dapat dihapus dari Daftar Umum Merek, hal mana telah terbukti adanya dalam perkara a quo yaitu bahwa sesuai hasil pemeriksaan terbukti bahwa merek dagang IKEA untuk kelas barang/jasa 21 dan 20 terdaftar atas nama Tergugat masing-masing tidak digunakan oleh Tergugat selama 3 (tiga) tahun berturut-turut sejak merek dagang tersebut terdaftar pada Direktorat Merek⁹.

Jika terdapat pelanggaran terhadap merek maka penyelesaian dapat melalui 2 (dua) mekanisme alur penyelesaian yaitu litigasi dan non litigasi. Dimana penyelesaian secara non litigasi melalui Negosiasi, Mediasi, arbitrase. Sedangkan melalui litigasi dalam sengketa Hak

⁸<https://bplawyers.co.id/2017/08/25/bisakah-penyelesaian-sengketa-merek-diselesaikan-melalui-arbitrase/> diakses pada tanggal 13-02-2019 pada pukul 13.20 Wib.

⁹<https://kliklegal.com/lima-kasus-merek-terkenal-di-pengadilan-indonesia/> diakses pada tanggal 18-03-2019 pada pukul 20.02 Wib.

merek melalui Pengadilan Niaga, Pengadilan Niaga adalah suatu Pengadilan khusus yang berada dalam lingkungan peradilan umum, yang dibentuk dan bertugas menerima, memeriksa dan memutus serta menyelesaikan permohonan pernyataan pailit dan penundaan kewajiban pembayaran utang serta perkara lain dibidang perniagaan¹⁰.

Pada prinsipnya Islam memberikan jaminan perlindungan hak setiap orang. Setiap pemilik boleh menuntut pemenuhan haknya. Apabila terjadi pelanggaran atau pengrusakan hak maka pemilik hak dapat menuntut ganti atau kompensasi (denda) yang sepadan dengan haknya. Apabila terjadi perselisihan dalam pemenuhan hak maka pihak pemerintah atau hakim wajib memaksa pihak tertentu agar memenuhi hak orang lain. Namun atas dasar keadilan dan kemuliaan budi pekerti, Islam menganjurkan agar pemilik hak berlapang hati dan bermurah hati dalam menuntut pemenuhan haknya¹¹.

Dalam Hukum Ekonomi Syariah melalui fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/15/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) menyatakan bahwa hak merek yang merupakan HKI (hak kekayaan intelektual) dipandang sebagai salah satu *huquq maliyyah* (hak kekayaan) yang mendapat perlindungan hukum (*mashun*) sebagaimana *mal* (kekayaan). Setiap pelanggaran atas HKI berupa mengungkapkan, membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan, memperbanyak, menjiplak, memalsukan, mambajak

¹⁰. Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, hlm.156.

¹¹ Ghufron A. Mas`adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 37.

HKI milik orang lain secara tanpa ak merupakan kedzaliman dan hukumnya adalah haram¹².

Seperti yang telah dijelaskan dalam Firman Allah Al Qur'an Surah An-Nisa ayat 29 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa’ Ayat 29)¹³.

Dalam permasalahan Merek , Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjelaskan bahwa perlindungan atas suatu tidak bertentangan dengan hukum islam, hak tersebut harus di lindungi oleh *syara’* (hukum Islam), atas dasar *qaidah* karena pelanggaran atas merek merupakan tindakan kejahatan dan merupakan pelanggaran merek terhadap hak kepemilikan¹⁴.

Pada saat itu meskipun belum terdapat sistem peradilan islam terorganisasi, Setiap ada persengketaan mengenai hak milik, hak waris, dan hak hak lainnya sering kali di selesaikan melalui juru damai yang

¹²Keputusan fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/15/2005, Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI).

¹³ Al-Qur'an dan Terjemah

¹⁴Neni Sri Imaniyati, *Hukum Ekonomi Dan Ekonomi Islam Dalam Perkembangan*, (Bandung: Mandar Maju,2002) hal 123.

ditunjuk oleh mereka yang bersengketa, Nabi Muhammad SAW sendiri sering menjadi mediator dalam berbagai sengketa yang terjadi baik di mekkah ataupun di madinah. Ketika Daerah sudah berkembang lebih luas, Mediator ditunjuk dari kalangan sahabat dan dalam menjalankan tugasnya tetap berpedoman pada Al-Qur'an, Al-Hadits, Dan Ijtihad menurut kemampuannya¹⁵.

Berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Didalam Pasal 93 Bagian kelima Tentang alternatif Penyelesaian sengketa, Tidak Menjelaskan secara rinci bagaimana prosedur penyelesaian sengketa merek. Dan di dalam hukum ekonomi syariah merek pun belum dibahas secara rinci dan jelas bagaimana hukum jika terjadi suatu sengketa merek.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut Bagaimana “**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Prosedur Penyelesaian Sengketa Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana prosedur penyelesaian sengketa merek menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syari'ah terhadap penyelesaian sengketa merek dan indikasi geografis ?

¹⁵ Prof. Dr. Drs. H Manan, Abdul,S.H.,S.IP.,M.Hum, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama Edisi 1*, PT Kharisma Putra, 2012, Hal 325.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Menjelaskan prosedur penyelesaian sengketa merek menurut Undang Undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.
 - b. Menjelaskan tinjauan hukum ekonomi syari'ah terhadap penyelesaian sengketa merek dan indikasi geografis.
2. Kegunaan penelitian :
 - a. Teoritis
Hasil penelitian ini bagi pengembangan Ilmu Pengetahuan hukum dapat bermanfaat untuk membangun, memperkuat dan menyempurnakan teori yang telah ada dan memberikan kontribusi terhadap ilmu Hukum Ekonomi Syariah pada khususnya. Dan dapat dijadikan bahan bacaan, referensi, dan acuan bagi penelitian berikutnya
 - b. Praktis
Memberikan wawasan kepada masyarakat tentang tinjauan hukum baik dalam Perundang-undangan maupun Hukum Ekonomi Syariah mengenai prosedur penyelesaian sengketa merek menurut undang undang merek dan kaitannya dengan hukum ekonomi syariah.
 - c. Bagi Universitas
Penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan, acuan bagi penelitian berikutnya dan dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

D. Penelitian Terdahulu

Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan beberapa kajian terdahulu atau penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Adapun tujuan dari pemaparan kajian terdahulu ini adalah untuk menentukan posisi penelitian serta menjelaskann perbedaannya. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti maksud adalah:

Doni Heriyanto, 100110022, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Yang Berjudul “*PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HAK MEREK (Studi Kasus Merek Spesial Sambal “SS” dalam Sengketa Passing Off)*” Hasil Penelitian ini ialah yang berhak mendapatkan perlindungan hukum atas sengketa passing off terhadap merek adalah pemakai dan pendaftar pertama atas merek yang digunakan. Merek merupakan salah satu bentuk HKI yang digunakan untuk mengenal serta membedakan produk barang atau jasa. Akan tetapi, merek sangat rentan untuk ditiru oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Adanya peniruan merek seperti passing off berdampak pada kerugian material dan nonmaterial. Terhadap para pelaku pelanggaran hak merek, pemegang hak merek dapat melakukan upaya perlindungan hukum yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001¹⁶.

M. Ihsan Khairani (Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Sumpah Pemuda 2006) dengan judul skripsi gugatan pelanggaran merek terdaftar dan penyelesaiannya. Skripsi ini membahas tentang bagaimana pengaturan merek terhadap pemegang merek di Indonesia, dan membahas tentang bagaimana jika seseorang tidak mendaftarkan mereknya. Dengan Mengingat sudah bertambah pesatnya dunia

¹⁶ Doni Heriyanto, “*PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HAK MEREK (Studi Kasus Merek Spesial Sambal “SS” dalam Sengketa Passing Off)*”. Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.

perdagangan sekarang ini, dan menimbulkan persaingan yang semakin kuat diantara sesama pengusaha yang terkadang menggunakan segala macam cara untuk memperluas pemasaran produksi yang dihasilkannya¹⁷.

Nisrina Atikah Hasdar (B111 13 586), Tinjauan Yuridis Hak Eksklusif Merek Pierre Cardin Terhadap Pelaksanaan UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan TRIPS Agreement (Studi Kasus Putusan No.557K/Pdt.Sus-hki/2015) yang dibimbing oleh Winner Sitorus dan Nurfaidah Said. Suatu merek mirip atau similar terkait dengan konsep seperti pada salah satu doktrinal yang menyebut “alikelihhood of confusion”. Faktor yang paling penting bahwa pemakaian merek yang memiliki “persamaan pada pokoknya” menimbulkan semacam persamaan yang membingungkan (*a likelihood confusion*) dan mengganggu ketertiban umum. Berdasarkan uraian diatas, sengketa merek kasus putusan Nomor 557K/Pdt.Sus-HKI/2015 sehingga isu hukum penelitian ini adalah kedudukan perlindungan hukum pada merek terkenal terhadap pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhan pada jenis kelas yang sama. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui perlindungan terhadap merek terkenal merek dagang dan LOGO PIERRE CARDIN ditinjau dari perangkat normatif yaitu Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 dan TRIPS Agreement serta konsekuensi yuridis Putusan Mahkamah Agung Nomor 557K/Pdt.Sus-HKI/2015 terhadap merek terkenal di Indonesia¹⁸.

¹⁷ M. Ihsan Khairani “*Gugatan pelanggaran Merek Terdaftar*”. Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Sumpah Pemuda, 2006.

¹⁸ Nisrina Atikah Hasdar, *Tinjauan Yuridis Hak Eksklusif Merek Pierre Cardin Terhadap Pelaksanaan UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan TRIPS Agreement (Studi Kasus Putusan No.557K/Pdt.Sus-hki/2015)*. Skripsi. Fakultas Hukum, Universitas Hasanuddin Makasar, 2017.

Sebagaimana yang peneliti jelaskan bahwa dengan adanya penelitian terdahulu ini, dimaksudkan untuk memperjelas posisi penelitian yang peneliti lakukan. Dan penelitian yang dilakukan ini mempunyai titik perbedaan dengan penelitian terdahulu. Meskipun demikian, peneliti mengakui tentang teori yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai persamaan teori oleh satu peneliti terdahulu.

E. Metode Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian, tidak akan terlepas dari penggunaan metode. Karena metode merupakan cara atau jalan bagaimana seseorang harus bertindak. Metode penelitian pada dasarnya cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Oleh karena itu penting bagi peneliti menentukan metode yang paling tepat dalam menyelesaikan penelitiannya.

1. Jenis Penelitian

Adapun dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu penelitian yang difokuskan untuk mendapatkan hal-hal yang secara teoritis dan praktis yang berkaitan dengan prosedur penyelesaian sengketa merek menurut undang undang merek. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu suatu penelitian yang menekankan sumber informasi dari buku-buku hukum, jurnal, makalah dan menelaah dari berbagai macam literatur-literatur dan pendapat yang mempunyai hubungan relevan dengan penyelesaian sengketa merek¹⁹.

¹⁹ Lexi J Morong, *Metode penelitian kualitatif* , (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hal,6.

2. Sumber Data

a. Sumber Hukum Primer

Merupakan bahan-bahan hukum yang mengikat, berupa Undang-undang Dasar, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Buku-Buku yang Berkaitan Dengan Hukum Ekonomi Syariah, fatwa MUI, Al-Quran dan Hadits.

b. Sumber Hukum Sekunder

Merupakan bahan hukum yang memberi penjelasan terhadap bahan hukum primer, misalnya: hasil-hasil penelitian, hasil karya dari pakar hukum, hasil karya ilmiah, dan lain sebagainya.

c. Sumber Hukum Tersier

Merupakan bahan-bahan data yang memberikan informasi tentang hukum primer dan sekunder. Contohnya adalah kamus bahasa hukum, ensiklopedi, majalah, media massa dan internet.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam teknik pengumpulan data terdapat beberapa macam, diantaranya: wawancara, dokumentasi dan triangulasi/gabungan. Adapun dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu

pengumpulan data melalui studi dokumen (*library research*) dari sumber bahan hukum (primer, sekunder dan tersier)²⁰.

4. Teknik Analisis Data

Menurut Saifudin Azwar, metode analisa data adalah upaya atau cara untuk mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama masalah yang berkaitan dengan penelitian. Adapun dalam penelitian ini data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk kualitatif yaitu diuraikan dalam bentuk kalimat singkat dan rinci. Setelah itu dianalisis dengan menghubungkan teori, peraturan yang ada, serta data yang berhubungan dengan konsep dan prosedur penyelesaian sengketa merek, dan kaitannya dengan hukum ekonomi syariah²¹.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi tentang bagian pendahuluan atau pengantar, yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Dimaksudkan dengan pendahuluan, agar para pembaca sudah dapat mengetahui garis besar penelitian. Bab pertama ini sebagai pengantar.

²⁰ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998). Hlm. 91.

²¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, hal. 91.

BAB II TINJAUAN UMUM

Pada bagian ini akan membahas tentang definisi merek yang menyangkut tentang pengertian merek, jenis merek, dan fungsi merek. Membahas mengenai Pengertian dari indikasi geografis, Konsep merek dalam tata aturan. Dan tinjauan mengenai pemahaman merek yang berisikan tentang pengertian prosedur, Penyelesaian sengketa, serta pandangan sengketa dalam hukum ekonomi syariah.

BAB III PEMBAHASAN

Pada bagian ini menjawab rumusan masalah mengenai Prosedur Penyelesaian Sengketa Merek Menurut Undang-Undang Dan Indikasi Geografis dan Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Prosedur Penyelesaian Sengketa Merek.

BAB IV KESIMPULAN

Bab ini merupakan penutup dari penulisan ini dan berisi tentang kesimpulan dan pembahasan bab-bab yang telah diuraikan sebelumnya dan saran-saran yang dapat diberikan.