

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern saat ini, perkembangan teknologi menjadi faktor penting yang memengaruhi hampir semua aspek kehidupan termasuk di bidang ekonomi. Teknologi telah merevolusi cara kita bekerja, berinteraksi serta berbisnis sehingga menciptakan peluang baru yang sebelumnya tidak ada. Perkembangan ini juga mendorong munculnya industri-industri baru yang berusaha memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam. Namun, dengan adanya peluang baru ini, kompetisi di dunia bisnis semakin ketat, sehingga perusahaan perlu terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan pasar supaya tetap stabil.¹

Pertumbuhan bisnis dan sektor perdagangan menjadikan dunia usaha sebagai kawasan kompetisi yang sangat ketat. Meningkatnya persaingan bisnis, baik domestik maupun internasional di masa perdagangan global seperti sekarang, mengakibatkan kedudukan hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) semakin esensial, khususnya untuk memelihara persaingan bisnis yang sehat dan menghindari rivalitas tidak sehat, seperti pembajakan, peniruan, atau penggunaan merek tanpa izin dari pemilik terdaftar. Persaingan tidak sehat merujuk pada tindakan individual atau badan usaha yang berusaha menunjukkan keuntungan yang diperoleh secara tidak adil. Tingkat persaingan bisnis yang semakin sengit dapat mendorong pelanggaran hukum, seperti peniruan merek atau pemalsuan produk. Untuk melindungi identitas dan kepentingan bisnis, pendaftaran merek dagang menjadi langkah yang sangat penting. Dengan

¹ M. Khairi, dkk, “Pengaruh Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital”, (Riau: *Jurnal Perangkat Lunak*, Volume 7, Nomor 1, 2025), h. 71.

mendaftarkan merek, perusahaan memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan dan melindungi merek mereka, mencegah penyalahgunaan oleh pesaing, dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, merek yang terdaftar dapat memperkuat citra perusahaan dan menjadi aset strategis dalam diferensiasi produk di pasar. Oleh karena itu, pendaftaran merek dagang tidak hanya melindungi, tetapi juga mendukung daya saing dan keberlanjutan usaha dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.²

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi serta banyaknya karya yang diciptakan oleh beberapa pihak, seringkali masyarakat membuat merek dan tidak mempertimbangkan ketetapan hukum yang ada. Akibatnya, penyelewengan yang berkaitan terhadap merek kerap terjadi dan menyebabkan kerugian bagi banyak pihak. Setiap individu yang beniat untuk menciptakan merek baru seharusnya memahami dan mengetahui aturan atau ketentuan UU yang ada di Indonesia terkait merek, guna meminimalisir risiko kerugian jika terjadi sengketa di masa depan.³

Awal negara Indonesia memiliki Undang-undang tersendiri yang mengatur tentang Merek, yaitu UU No. 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan. Yang mengalami perubahan di tahun 90an menjadi UU No. 19 Tahun 1992 tentang Merek, setelah beberapa kali revisi di 1997 meresmikan UU No. 14 Tahun 1997 tentang Perubahan UU No. 19 Tahun 1992. Sesudah reformasi, tepatnya di 2001, UU Merek 1992 yang telah disesuaikan melalui UU Merek 1997 digantikan menjadi UU No. 15 tahun 2001 tentang Merek. Perubahan terakhir terjadi di tahun 2016

² Aurellia Cindy Puspitasari, “Perlindungan Hukum Dan Upaya Hukum Terhadap Sengketa Penggunaan Merek Dagang Terdaftar (Studi Putusan PN Nomor: 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Sby)”, (Yogyakarta: *Journal UII*, 2023), h. 113.

³ Ni Wayan Sukalandari, dkk, “Sengketa Plagiasi Merek Dagang Antara Ms Glow Dan Ps Glow”, (Bali: *Jurnal Analogi Hukum* Volume. 5, Nomor. 1, 2023), h. 49.

melalui pengesahan UU No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, ialah regulasi yang mengendalikan masalah terkait merek sampai saat ini.⁴

Menurut ketentuan yang tertuang dalam UU No. 20 Tahun 2016, merek diartikan menjadi suatu lambang yang bisa direpresentasikan melalui konteks visual, meliputi gambar, simbol, nama, huruf, karakter, numerik, dan kombinasi warna, baik dua atau lebih, bersama dengan komponen lain seperti musik, hologram, serta campuran beberapa elemen yang ada. Simbol tersebut berfungsi dalam mengidentifikasi produk atau jasa yang dibentuk oleh individu atau lembaga hukum pada transaksi komersial⁵ Kemudian, merek dagang menunjukkan tanda yang dimanfaatkan untuk membedakan produk yang diperdagangkan oleh individu, kolektif, atau bisnis legal, tujuannya adalah untuk membedakan item tersebut dari item serupa yang dimiliki oleh entitas lain.⁶

Dalam konteks Islam, telah diberikan legitimasi kepada individu untuk memiliki hak dan kekuasaan atas harta benda yang dimilikinya, memungkinkannya untuk mengelolanya sesuai dengan prinsip-prinsip Syari'ah. Lebih lanjut, Islam menggariskan kewajiban bagi negara untuk melindungi kepemilikan pribadi orang lain. Dalam perspektif Islam, merek dagang mempunyai aspek material karena ikut berperan dalam perniagaan yang diizinkan menurut hukum Syari'ah, selama memenuhi prinsip keadilan, kejujuran, dan tidak merugikan pihak lain. Pendaftaran merek dagang dianggap sah karena melindungi hak kekayaan intelektual

⁴ Sejarah Peraturan Hukum Atas Merek di Indonesia, *Am Badar & Am Badar*, diakses 05 Desember 2024, <https://ambadar.com/id/insights/trademark/sejarah-peraturan-hukum-atas-merek-di-indonesia/>

⁵ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Bab 1 Pasal 1 Ayat (1) tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁶ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Bab 1 Pasal 1 Ayat (2) tentang Merek dan Indikasi Geografis.

pemilikinya, mencegah penipuan, dan menghindari pelanggaran hak orang lain. Dengan demikian, merek dagang sejalan dengan prinsip Islam yang menekankan perlindungan hak dan keadilan dalam bisnis.⁷

Hak merek dagang diberikan melalui prosedur pendaftaran konstitutif. Dalam pendekatan ini, hak merek didapatkan melalui proses pendaftaran, yang menandakan yakni hak eksklusif atas merek hanya diakui setelah pendaftaran. Merek dagang terdaftar ialah merek yang sudah didokumentasikan pada Daftar Umum Merek Dagang setelah melalui tahap pendaftaran yang sah. Melalui pendaftaran tersebut, merek akan memperoleh sertifikat merek, pemegang merek berhak atas kepemilikan dan penggunaan merek tersebut, serta mendapat jaminan perlindungan hukum dari negara.⁸ Prinsip utama pada sistem pendaftaran konstitutif adalah first to file, prinsip ini memberikan hak kepemilikan merek dagang kepada individu atau badan hukum yang paling awal meregistrasikan merek tersebut dalam kategori dan jenis produk atau layanan. Dengan ungkapan lain, pihak yang terlebih dahulu mendaftarkan merek dagang maupun merek jasa akan mendapatkan kepastian hukum dan pengakuan sebagai pemilik sah merek tersebut, selama tidak muncul pihak yang mengajukan banding maupun keberatan dalam proses pendaftaran hingga sertifikat merek diterbitkan.⁹

⁷ Arie Al Maulana, "Perlindungan Merek Dagang Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia (Tijauan Atas Sengketa Hak Merek Ayam Geprek Benu dengan I'm Geprek Benu Sedep Beneer)", (Skripsi fakultas syariah dan hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2021), h. 2.

⁸ Taufik Yusuf, dkk, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Awal Atas *Passing Off* Produk Skincare", (Bajang Institute: *Journal Of Innovation Research And Knowledge Volume. 4, No. 3, 2024*), h. 1735.

⁹ Salsabilla Cahyadani Indira Putri, dkk, "Prinsip First To Fille Dalam Pendaftaran Merek Dagang Di Indonesia", (Manado: *Lex Privatum, Volume. XI, Nomor. 4, 2023*), h. 1.

Di Indonesia, kasus-kasus persamaan atau kemiripan merek sudah banyak terjadi, termasuk dalam aspek nama, logo, warna, dan lain sebagainya. Contoh yang muncul adalah konflik merek antara lini kecantikan MS Glow yang diproduksi PT Kosmetika Global Indonesia dan lini kecantikan PS Glow buatan PT PStore Glow Bersinar Indonesia. Kedua perusahaan ini memproduksi barang kosmetik dengan merek yang serupa, satu menggunakan nama MS Glow dan yang lainnya menggunakan nama PS Glow. Merujuk pada latar belakang terkait fenomena yang sudah dijabarkan sebelumnya, penulis terdorong mengkaji topik tersebut dalam bentuk skripsi berjudul **“PERLINDUNGAN HAK MEREK DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF DI INDONESIA (Studi Atas Kasus Sengketa MS Glow dan PS Glow Pada Putusan Mahkamah Agung Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023)”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia?
2. Bagaimana Analisis Putusan Terhadap Persamaan Merek Dagang MS Glow Dengan PS Glow Pada Putusan Mahkamah Agung Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023?

C. Fokus Penelitian

Agar penelitian ini tidak meluas pembahasannya, maka penulis hanya memfokuskan pada “Perlindungan Hak Merek Dagang Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia (Studi Atas Kasus Sengketa MS Glow dan PS Glow Pada Putusan Mahkamah Agung Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023)”

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Analisis Putusan Terhadap Persamaan Merek Dagang MS Glow dengan PS Glow Pada Putusan Mahkamah Agung Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoristis

Diharapkan mampu menjelaskan kepada pembaca mengenai penerapan perlindungan merek dagang bagi pemilik suatu perusahaan barang atau jasa suatu hak merek dagang di Indonesia baik dari pandangan hukum Islam ataupun hukum Positif. Serta bisa membantu para pemegang hak merek sebagai pendaftar pertama dalam melindungi hak atas merek.

2. Secara Praktis

Dapat memahami penerapan perlindungan merek dagang bagi pendaftar pertama atas suatu hak merek. Kemudian, turut menjabarkan perhatian mendasar hakim Mahkamah Agung dalam mengadili suatu perkara, sehingga dapat dilakukan penilaian apakah putusan yang diambil sudah sesuai dengan norma hukum yang telah ditetapkan.

F. Penelitian Terdahulu

Adapun 3 studi sebelumnya yang relevan dan bisa diimplementasikan menjadi referensi mengenai sengketa hak merek dagang sebagai berikut :

No	Nama Penulis/PT/Judul Penelitian/Tahun	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Arif Rahman Hakim, Ahmad Syarifudin, Yandri Radhi Anadi/ Universitas Islam Malang/ Analisis Yuridis Studi Putusan Sengketa Merek Antara PS Glow Dan MS Glow Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis/ 2023. ¹⁰	<p>Persamaannya sama-sama membahas terkait sengketa merek antara MS Glow dan PS Glow.</p> <p>Perbedaannya yaitu penelitian ini hanya meneliti menggunakan perspektif hukum positif di Indonesia. Sedangkan penulis membahas perlindungan hak merek dagang menggunakan perspektif hukum islam dan hukum positif di Indonesia</p>	Bahwa MS Glow berhak atas perlindungan merek karena telah mendaftarkan lebih dulu pada tahun 2016. Mahkamah Agung membatalkan putusan sebelumnya yang memenangkan PS Glow, karena pendaftarannya dinilai beritikad tidak baik dan meniru ketenaran MS Glow. Putusan ini menegaskan pentingnya pendaftaran awal dan kejujuran dalam penggunaan merek.

¹⁰ Muhammad Arif Rahman Hakim, dkk, "Analisis Yuridis Studi Putusan Sengketa Merek Antara PS Glow dan MS Glow Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis" (Malang: Dinamika, Volume 29 Nomor 2, 2023)

2.	Dea Risky Amanda/ Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto/ Penggunaan Merek Dagang Perusahaan Lain Perspektif Hukum Islam (Studi Putusan Pengadilan Niaga No. 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN Niaga/2023). ¹¹	Persamaannya dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait sengketa merek antara MS Glow dan PS Glow. Perbedaannya dalam penelitian tersebut membahas tentang analisis penggunaan merek dagang oleh Perusahaan lain ditinjau dari Perspektif hukum Islam. Sedangkan pada proposal penelitian ini akan membahas perlindungan hak merek dagang menggunakan perspektif hukum islam dan hukum positif di Indonesia.	bahwa meskipun secara hukum positif PT PStore Glow Bersinar Indonesia dinyatakan sah memiliki hak atas merek PS Glow karena telah terdaftar di DJKI, namun dari perspektif hukum Islam, tindakan tersebut melanggar prinsip etika bisnis Islam, yaitu kejujuran, keadilan, dan kehendak bebas. Dalam pandangan Islam, merek dagang termasuk bagian dari hak milik (al-māl) yang harus dihormati dan dilindungi. Oleh karena itu,
----	---	---	--

¹¹ Dea Risky Amanda, "Penggunaan Merek Dagang Perusahaan Lain Perspektif Hukum Islam (Studi Putusan Pengadilan Niaga No. 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN Niaga Sby), (Skripsi Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023)

			<p>penggunaan merek PS Glow yang menyerupai MS Glow dinilai tidak sesuai dengan nilai-nilai keadilan dan etika bisnis Islam karena dianggap meniru dan membonceng ketenaran merek lain.</p>
3.	<p>Arie Al Maulana/ Universitas Islam Negeri Hidayatullah/ Perlindungan Merek Dagang dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia (Tinjauan Atas Sengketa Hak Merek Ayam Geprek Benu dengan <i>I'm</i> Geprek</p>	<p>Persamaannya dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang sengketa merek dagang menurut perspektif hukum islam dan hukum positif di Indonesia. Perbedaannya pada penelitian tersebut meninjau atas sengketa hak merek ayam geprek benu dengan i'm geprek benu sedep beneer sedangkan pada</p>	<p>Bahwa Mahkamah Agung memutuskan Benny Sudjono sebagai pemilik sah merek karena ia yang lebih dulu mendaftarkannya, sesuai prinsip <i>first to file</i> dalam UU No. 20 Tahun 2016. Dari sisi hukum Islam, merek termasuk hak milik yang wajib dilindungi, dan penggunaan merek</p>

	Bensu Sedep Beneer)/2021. ¹²	penelitian ini penulis akan meninjau sengketa sengketa hak merek antara MS Glow dan PS Glow.	orang lain tanpa izin dianggap sebagai tindakan zalim dan haram karena mengambil hak orang lain secara tidak sah. Penelitian ini menegaskan pentingnya perlindungan merek dalam menjaga keadilan dan kepastian hukum bagi pelaku usaha.
--	---	--	---

G. Kerangka Pemikiran

Merek dagang (*trademark*) termasuk bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang mempunyai peran krusial dalam aspek ekonomi. Merek berfungsi sebagai nama atau simbol yang membantu konsumen mengenali dan menjadi karakteristik yang membuat suatu barang atau jasa berbeda dari yang lain, sekaligus menjamin kualitasnya. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa merek mempunyai peran vital dan signifikan, baik bagi pengusaha maupun pembeli. Bagi pengusaha, merek bukan sekadar berfungsi sebagai pembeda produk dari pesaing, namun juga sebagai sarana membangun citra perusahaan, terutama dalam kegiatan

¹² Arie Al Maulana, “Perlindungan Merek Dagang Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia (Tinjauan Atas Sengketa Hak Merek Ayam Geprek Bensu dengan I’m Geprek Bensu Sedep Beneer)”, (Skripsi fakultas syariah dan hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2021)

pemasaran. Sementara bagi pembeli, merek memudahkan proses identifikasi produk serta menjadi simbol status. Pembeli yang sudah terbiasa dengan merek tertentu condong memilih produk dari merek yang sudah mereka percayai memiliki kualitas baik.¹³

Perlindungan hukum dimaksudkan untuk menghindari adanya pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) oleh individu atau kelompok yang tidak memiliki wewenang, sesuai dengan peraturan dalam Undang-undang. Jika terjadi pelanggaran, dengan ini harus ditindak melalui proses hukum. Apabila pelaku terbukti melanggar, ia akan dikenakan sanksi yang ditetapkan menurut ketentuan hukum yang berlaku, baik dalam bentuk hukuman pidana maupun perdata, yang dapat menyebabkan kerugian terhadap pihak yang terlibat.¹⁴

Indonesia menerapkan prinsip *first to file*, yang mengemukakan terkait hak atas merek dan hak eksklusif atas merek dimiliki oleh pihak yang pertama kali mendaftarkannya. Salah satu upaya perlindungan secara hukum terhadap merek adalah bahwa hanya individu atau entitas yang pertama menuntut hak atas merek dagang yang berhak memperoleh hak eksklusif atas merek tersebut. Bilamana pemilik merek telah mengajukan pendaftaran dan permohonannya disetujui oleh negara, dengan demikian merek tersebut akan memperoleh perlindungan secara hukum.¹⁵ Undang-

¹³ Dhoni Martien, *Perlindungan Hukum Atas Merek Dagang*, (Makasar: Mitra Ilmu, 2023), h. 3.

¹⁴ Indra Erlangga Hidayatullah, dkk, "Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Dengan Pelanggaran Kesamaan Nama Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis", (Manado: Jurnal UNSRAT, Vol. 9. No. 3, 2023), h. 2.

¹⁵ Diah Ayu Nurainy dan Ayu Putu Laksmi Danyathi, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Di Indonesia", (Bali: Jurnal Kertha Desa, Vol. 11 No. 4, 2023), h. 2318.

undang yang mengatur hak merek dagang di Indonesia yaitu Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis¹⁶

Pada dasarnya, setiap karya yang dihasilkan setiap individu baik berwujud hak cipta, paten, maupun merek dagang dianggap sebagai bentuk kepemilikan yang bernilai dan dihormati dalam ajaran Islam. Hal ini karena hak tersebut dipandang sebagai aset yang bisa memberikan keuntungan finansial pada pemiliknya. Saat ini, hak tersebut dikenal sebagai bagian dari aset dan produk bernilai ekonomi, di mana pemiliknya memiliki kebebasan untuk mengelolanya sesuai dengan keinginannya. Baik peraturan perundang-undangan maupun hukum syariat menetapkan sanksi tegas bagi siapa saja yang melanggar Hak Kekayaan Intelektual, termasuk Hak Merek Dagang. Penggunaan atau penjiplakan dengan cara apa pun pada dasarnya dianggap sebagai tindakan pencurian yang dapat merugikan pihak lain. Maka daripada itu, perlindungan hukum memiliki peran penting sebagai langkah pencegahan agar pelanggaran tersebut tidak terjadi.¹⁷

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian Hukum

Studi ini menerapkan metode studi kepustakaan atau *library reseach*, dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif yang digunakan dengan menganalisis teori-teori, konsep-konsep, dan meninjau kebijakan perundang-undangan yang relevan terhadap penelitian yang dilangsungkan.

2. Pendekatan Penelitian Hukum

Pendekatan yang diterapkan pada studi ini melibatkan pendekatan Perundang-undangan, serta pendekatan kasus. Pendekatan

¹⁶ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹⁷ Arie Al Maulana, *Perlindungan Merek...*, h. 25.

Perundang-undangan mempertimbangkan ketetapan yang dijabarkan pada UU No. 20-Tahun 2016. Sementara pendekatan kasus digunakan untuk mengaplikasikan norma-norma hukum yang relevan dalam menangani sengketa merek dagang di ruang lingkup MS Glow dan PS Glow.

3. Sumber Hukum

1) Sumber Hukum Primer

Dokumen-dokumen resmi, seperti salinan putusan, menjadi sumber utama dalam penelitian ini. Salinan Putusan Mahkamah Agung No. 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023, Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/MUNASVII/MUI/5/2005 menjadi rujukan penting.

2) Sumber Hukum Sekunder

Sumber-sumber lainnya yang tidak bersifat resmi, seperti literatur hukum, jurnal, serta informasi relevan lainnya juga digunakan oleh penulis untuk mendukung analisis hukum yang dilangsungkan.

3) Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik studi kepustakaan dan dokumentasi untuk memperoleh bahan hukum yang relevan dengan topik penelitian. Studi kepustakaan dilakukan dengan menelusuri berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, karya akademik, situs web resmi, serta peraturan perundang-undangan relevan. Sementara itu, metode dokumentasi digunakan untuk menelaah dan mengumpulkan dokumen hukum yang bersifat primer, antara lain Salinan Putusan Mahkamah Agung Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005. Seluruh bahan hukum tersebut dikumpulkan dan dianalisis secara sistematis guna menemukan argumentasi hukum yang relevan dalam menjawab permasalahan penelitian.

4) Teknik Analisis Data

Data yang sudah dihimpun akan dianalisis melalui penerapan analisis kualitatif, yang melibatkan deskripsi naratif dan penafsiran oleh peneliti. Metode analisis ini digunakan untuk menyusun kesimpulan berdasarkan data-data yang dihimpun dari sumber atau rujukan primer dan sekunder.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memastikan kajian dalam karya tulis ilmiah ini terus tertuju pada topik permasalahan yang dikaji dan tidak menyimpang dari topik yang ada, penulis merancang sistematika penyusunan seperti berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada Bagian Ini, Menjelaskan Pengertian Perlindungan Hukum, Unsur-Unsur Perlindungan Hukum, Pengertian Merek, Jenis Merek, Unsur-Unsur Merek, Fungsi Merek, Hak Merek, Sistem Pendaftaran Merek, serta Konsep Hak Merek dalam Hukum Islam yang Menjelaskan Tentang Harta Menurut Pakar, Kepemilikan Hak Merek dalam Islam, Macam-Macam Hak, Klasifikasi Kepemilikan, Prinsip-Prinsip Kepemilikan.

BAB III : KONDISI OBJEKTIF

Pada Bagian Ini, Menjelaskan Perkembangan Pengaturan Merek di Indonesia, Menjelaskan Kosep Umum Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang, serta Menjelaskan Kronologi Perkara.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN PERLINDUNGAN HAK MEREK DAGANG DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF DI INDONESIA (STUDI ATAS KASUS SENGKETA MS GLOW DAN PS GLOW PADA PUTUSAN MAHMAKAH AGUNG NOMOR 161 K/PDT.SUS-HKI/2023)

Pada bab ini, menganalisis Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia, serta menganalisis Putusan Mahkamah Agung Nomor 161 K/Pdt.Sus-HKI/2023.

BAB V : PENUTUP

Bagian akhir ini terdiri dari Kesimpulan dan Saran.