

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Merek merupakan lambang atau simbol yang berwujud gambar, kata, angka, ataupun gabungan dari unsur-unsur tersebut yang diberikan oleh pemegang hak merek terhadap suatu barang maupun jasa tertentu yang dia produksi. Dalam definisi klasik, merek dikenal sebagai penggunaan suatu tanda, nama, maupun desain eksklusif yang kemudian berpengaruh terhadap visual suatu produk yang erat kaitannya dengan introduksi suatu produk barang serta perbedaannya terhadap produk-produk lain milik pesaing.<sup>1</sup> Pengertian merek dagang berdasarkan Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yaitu :

“merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya”.

Merek pada dasarnya memiliki beberapa fungsi penting, yaitu :

- a. Fungsi pembeda, yakni untuk menentukan perbedaan antara produk dari satu pihak terhadap produk milik pihak lain;

---

<sup>1</sup> Casavera, 2009, *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*, Yogyakarta : Graha Ilmu, hlm. 209.

- b. Fungsi jaminan mutu/ reputasi, yakni untuk memberitahukan asal-usul produk kepada konsumen, karena suatu merek secara khusus mengkoneksikan reputasi suatu produk dengan produsennya, serta memberi jaminan kualitas terhadap suatu produk merek tersebut;
- c. Fungsi promosi, yakni untuk menguasai dan memperluas pasar maka suatu merek juga bisa dijadikan sebagai media dalam mempromosikan produk baru serta menjaga reputasi dari produk lama;
- d. Fungsi *impuls*/ rangsangan dalam investasi dan perkembangan industri, yakni suatu merek juga bisa mendongkrak perkembangan industri lewat penanaman modal untuk menghadapi sistem pasar bebas.<sup>2</sup>

Dewasa ini perkembangan ekonomi tidak luput dari pengaruh globalisasi. Banyak dampak positif dari globalisasi yang didapat oleh para pelaku bisnis, salah satunya adalah meluasnya pasar bagi produk merek yang diperdagangkan, sebab tidak hanya perdagangan lintas kota tetapi perdagangan lintas negara dengan mudah dijangkau. Globalisasi ini tidak hanya menimbulkan dampak positif saja, namun dilain sisi dampak negatif yang timbul juga tidak dapat terelakkan,<sup>3</sup> hal ini terbukti dengan turut pula meningkatnya persaingan didunia bisnis yang dapat memicu terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

---

<sup>2</sup> Anis Mushdurohatus, Agustus 2013, *Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI) dalam Perspektif Sejarah Indonesia*, Madina Semarang, hlm 52.

<sup>3</sup> Nuria Siswi Enggarani, *Penanggulangan Kejahatan Internet di Indonesia*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 15, No. 2, September 2012, hlm. 152.

Pada era perdagangan global merek menjadi senjata utama dalam berbisnis, sebab pada kehidupan generasi modern saat ini merek merupakan salah satu elemen yang penting. Tingkat kepercayaan dan kepuasan konsumen bukan saja ditentukan dari mutu barang atau jasa yang digunakan, tetapi status dari suatu merek juga dianggap penting karena menunjukkan kelas sosial dan kebanggaan (*pride*) dari pengguna merek tersebut. Semakin terkenal suatu merek dagang maka para konsumen secara tidak langsung akan yakin bahwa barang atau jasa milik produsen merek dagang terkenal terjamin kualitasnya dan terpercaya. Banyak pelaku bisnis yang berusaha untuk memperoleh reputasi tinggi bagi merek dagang yang mereka produksi dengan berbagai cara, termasuk dengan terus berinovasi dan mempertahankan kualitas dari produk merek tersebut. Tidak heran jika suatu merek juga turut berfungsi sebagai aset yang berharga bagi perusahaan, terutama bagi merek dagang yang berlabel terkenal (*well-known trademark*).<sup>4</sup>

Merek dagang terkenal (*well-known trademark*) adalah merek dagang yang mempunyai citra dan reputasi yang baik dibandingkan dengan merek dagang lain. Hal ini didapat dari kualifikasi dan standaritas pembuatan produk yang mengutamakan kualitas, sehingga menjadikan merek dagang terkenal banyak

---

<sup>4</sup> OK. Saidin, 2004, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, Cet. 4, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hlm. 359.

dicari dan digunakan masyarakat selaku konsumen atau pengguna dari merek dagang terkenal.

Perlindungan terhadap merek dagang yang beredar di pasar nasional maupun internasional pada khususnya merek dagang terkenal (*well-known trademark*) sangat penting untuk dilakukan, oleh karena itu pemilik merek wajib mendaftarkan merek dagangnya kepada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (Dirjen HKI) supaya merek dagang tersebut mendapatkan landasan, kekuatan serta perlindungan hukum.

Fungsi pendaftaran merek dalam kegiatan berbisnis adalah sebagai berikut:<sup>5</sup>

- a. Sebagai bukti kepemilikan atas suatu merek terdaftar;
- b. Sebagai dasar/ landasan untuk menolak merek yang sama keseluruhan maupun sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftarannya oleh pendaftar lain untuk kelas barang atau jasa yang sejenis;
- c. Sebagai dasar/ landasan untuk mencegah orang lain menggunakan merek yang sama baik sama keseluruhan maupun sama pada pokoknya dalam pemasaran untuk kelas barang atau jasa yang sejenis.

---

<sup>5</sup> Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum & HAM R.I, <https://dgip.go.id/menu-utama/merek/pengenalan> diakses pada 30 September 2022.

Terdapat suatu prinsip penting yang digunakan sebagai patokan dalam pendaftaran merek, prinsip tersebut adalah perlunya itikad baik dari pendaftar merek. Pendaftar yang mempunyai itikad baik yaitu pendaftar yang mendaftarkan mereknya secara pantas dan benar serta tidak mempunyai tujuan untuk membongceng, meniru, atau penjiplakan atas ketenaran dari merek milik pelaku bisnis lain untuk keuntungan pribadinya yang pada akhirnya dapat mengakibatkan kondisi persaingan usaha yang tidak sehat, baik berupa kecurangan, pengecoh, atau penyesatan konsumen.<sup>6</sup> Berlandaskan prinsip inilah, hanya pendaftar yang mempunyai itikad baik yang memperoleh perlindungan hukum.

Dirjen HKI dalam proses pendaftaran merek bertugas melaksanakan pemeriksaan formalitas dan pemeriksaan substantif terhadap permohonan pendaftaran merek. Pemeriksaan formalitas merupakan pemeriksaan mengenai kelengkapan dari dokumen yang menjadi syarat-syarat dalam mendaftarkan merek, sedangkan dalam pemeriksaan substantif Dirjen HKI harus berpatokan pada ketentuan pasal 20 dan pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yaitu apakah merek tersebut tidak dapat didaftarkan atau pendaftaran merek tersebut memenuhi point-point yang mewajibkan pendaftaran merek tersebut ditolak. Berpatokan dari aturan tersebut,

---

<sup>6</sup> Rahmadia Maudy Putri Karina & Rinitami Njatrijani, *Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak Merek Dagang IKEA atas Penghapusan Merek Dagang*, Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, Vol. 1, No. 2, 2019, hlm 195-196.

apabila merek yang didaftarkan ternyata terbukti memenuhi point-point yang terdapat pada pasal 20 dan pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 maka pendaftaran atas merek tersebut tidak bisa dilaksanakan atau bahkan apabila suatu merek telah telanjur terdaftar maka merek yang bersangkutan dapat dibatalkan pendaftarannya.

Peraturan tentang merek di Indonesia telah diatur sedemikian rupa dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, namun kenyataan yang terjadi saat ini adalah pelanggaran merek masih sering kali terjadi. Seperti halnya pendaftaran merek yang dilandasi itikad tidak baik terhadap merek yang lebih dahulu didaftarkan dan lebih dahulu terkenal dikalangan masyarakat. Melihat sukses serta tingginya reputasi suatu perusahaan dengan produk mereknya, maka tidak jarang pelaku bisnis yang curang tergiur untuk menyamakan produk mereknya dengan cara pemboncengan dan peniruan yaitu dengan memirip-miripkan produknya terhadap produk barang yang lebih tinggi reputasinya. Hal ini dilakukan agar mendapatkan keuntungan melalui jalan pintas dengan segala cara dan dalih, mereka tidak peduli walaupun tindakan tersebut melanggar etika bisnis, norma kesusilaan bahkan melanggar ketentuan hukum.<sup>7</sup> Adanya peniruan/ penjiplakan merek tersebut menimbulkan kerugian baik materiil maupun moril

---

<sup>7</sup> Zaenal Arifin & Muhammad Iqbal, *Perlindungan Hukum pada Merek yang Terdaftar*, *Jurnal Ius Constituendum*, Vol. 5, No. 1, April 2020, hlm 50.

terhadap pemilik merek dagang terkenal, hal ini dikarenakan ada sebagian konsumen yang terkecoh dengan produk merek yang menyerupainya.

Menentukan kriteria dari makna itikad tidak baik penting untuk dikaji dalam penyelesaian sengketa di Pengadilan, karena makna itikad tidak baik dalam pembatalan suatu merek terdaftar tidaklah sama/ seragam. Ada beberapa kriteria dari itikad tidak baik dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Perbuatan itikad tidak baik tersebut harus dibuktikan terlebih dahulu baru selanjutnya bisa dibuat sebuah maklumat bahwa suatu merek dapat dibatalkan pendaftarannya.<sup>8</sup>

Banyak kasus pembatalan merek yang terjadi di Indonesia, salah satunya terdapat dalam Putusan Pengadilan Niaga Nomor 71/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. Putusan tersebut berisi tentang sengketa merek dagang antara Chipita Industrial and Commercial Company S.A. melawan PT. Prima Top Boga. Chipita Industrial and Commercial Company S.A. (Penggugat) adalah perusahaan Internasional pemilik produk roti *croissant* merek 7 DAYS yang merupakan produk terkenal dan sudah dipasarkan keberbagai negara termasuk Indonesia. PT. Prima Top Boga (Tergugat) adalah perusahaan lokal yang juga memproduksi berbagai jenis roti, salah satunya roti *croissant* merek 5

---

<sup>8</sup> Ismail Rumadan, 2018, *Kriteria Itikad Tidak Baik dalam penyelesaian Sengketa Merek Terkenal Melalui Putusan Pengadilan*, Jakarta: Puslitbang Hukum dan Peradilan Mahkamah Agung RI, hlm 11.

DAYS yang dalam hal ini dijadikan obyek sengketa oleh Chipita Industrial and Commercial Company S.A. selaku Penggugat.

Kasus sengketa merek yang terjadi antara Chipita Industrial and Commercial Company S.A dan PT. Prima Top Boga dilatar belakangi karena adanya pelanggaran merek yang erat kaitannya dengan itikad tidak baik. Chipita Industrial and Commercial Company S.A. mengajukan gugatan karena menganggap PT. Prima Top Boga telah melakukan persaingan usaha tidak sehat dengan memirip-miripkan produknya berupa roti *croissant* yang bermerek 5 DAYS terhadap produk roti *croissant* milik Penggugat yang bermerek 7 DAYS yang pada dasarnya adalah merek dagang terkenal (*well-known trademark*). Gugatan tersebut terbukti di Pengadilan, sehingga pendaftaran dari produk roti *croissant* merek 5 DAYS milik PT. Prima Top Boga dibatalkan oleh Dirjen HKI.

Berlatar belakang dari hal-hal yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk memilih judul **PEMBATALAN MEREK TERDAFTAR AKIBAT ITIKAD TIDAK BAIK TERHADAP MEREK TERKENAL : Studi Kasus Putusan Pengadilan Niaga Nomor 71/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.**



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis merumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kriteria itikad tidak baik dalam pembatalan merek terdaftar menurut hukum di Indonesia studi kasus Putusan Pengadilan Niaga Nomor 71/Pdt.Sus- Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap merek dagang terkenal (*well-known trademark*) berdasarkan hukum di Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 Untuk mengetahui kriteria itikad tidak baik dalam pembatalan merek terdaftar menurut hukum di Indonesia studi kasus Putusan Pengadilan Niaga Nomor 71/Pdt.Sus- Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.
- 2 Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap merek dagang terkenal (*well-known trademark*) berdasarkan hukum di Indonesia.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pihak, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis, yaitu sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

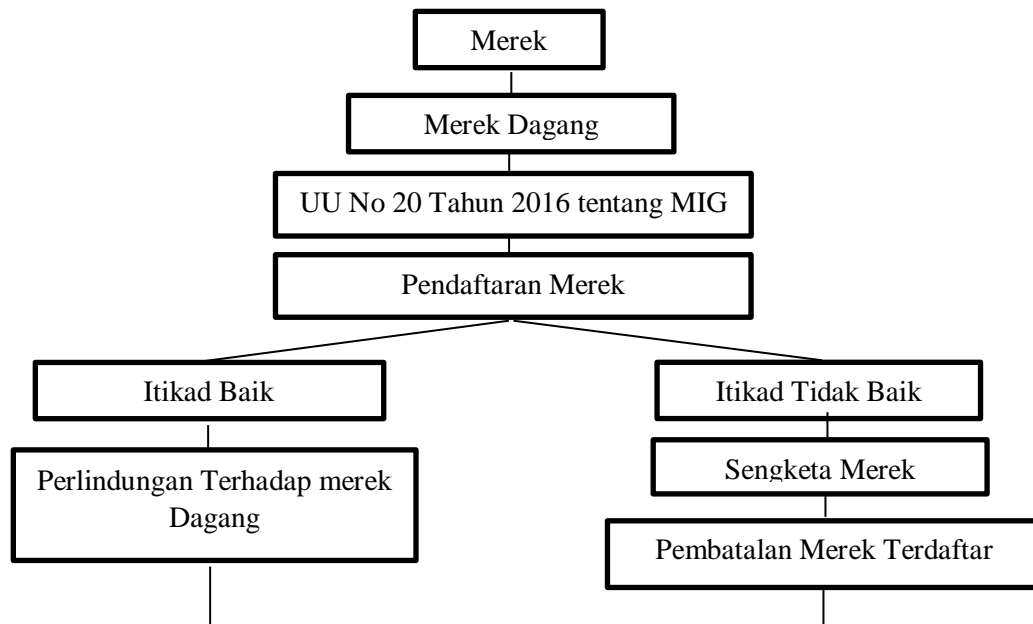
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan pemikiran dalam hal kekayaan intelektual khususnya tentang merek.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang kriteria itikad tidak baik dalam pembatalan merek terdaftar khususnya dalam sengketa merek dagang yang terjadi antara 7 DAYS dan 5 DAYS yang kasusnya terdapat dalam Putusan Pengadilan Niaga Nomor 71/Pdt.Sus- Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst., hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjelaskan tentang perlindungan hukum yang diberikan kepada merek dagang terkenal (*well-known trademark*) akibat adanya pelanggaran merek.

## **E. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran menjelaskan mengenai teori ataupun konsep yang berasal dari bermacam literatur guna mengarahkan penulis dalam memahami berbagai masalah yang akan dikaji pada penulisan skripsi ini. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat melalui bagan berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hak kepemilikan suatu merek adalah hak khusus yang negara berikan dalam tenggang waktu tertentu kepada pemegang merek terdaftar. Dalam tenggang waktu tersebut, pemegang hak merek dapat menggunakan merek itu untuk kebutuhan bisnisnya sendiri ataupun bisa memberi persetujuan/ lisensi pada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut.

Perlindungan hukum yang diberikan kepada merek di Indonesia dilaksanakan secara konstitutif, yang artinya hak kepemilikan atas suatu merek muncul sebab adanya pendaftaran.<sup>9</sup> Pendaftaran suatu merek hanya akan

<sup>9</sup> Inayah, *Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Perlindungan Kekayaan Intelektual*, Jurnal Law and Justice, Vol. 4, No.2, 2019, hlm. 122.

diberikan kepada pihak yang lebih dahulu mengajukan permintaan pendaftaran merek kepada Dirjen HKI, ini dikenal dengan asas *first to file*.

Suatu merek bisa mendapat landasan dan perlindungan hukum apabila merek tersebut didaftarkan dengan prinsip itikad baik lewat permohonan pendaftaran merek yang dimintakan dengan cara tertulis pada Dirjen HKI. Prinsip itikad baik dapat dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Itikad baik dalam hal subjektif, yaitu kejujuran yang dimiliki dalam diri seseorang pada saat melakukan perbuatan hukum;
2. Itikad baik dalam hal objektif, yaitu dalam melaksanakan suatu kontrak/ perjanjian maka wajib berlandaskan pada norma kepatutan atau pada peraturan yang layak.<sup>10</sup>

Itikad tidak baik dalam pendaftaran merek dapat dimaknai sebagai suatu perbuatan yang dilakukan oleh pemohon merek yang mendaftarkan mereknya dengan cara yang tidak layak dan tidak jujur serta mempunyai tujuan untuk membonceng, meniru, atau penjiplakan atas ketenaran dari merek milik pelaku bisnis lain untuk keuntungan pribadinya yang pada akhirnya dapat mengakibatkan kondisi persaingan usaha yang tidak sehat, baik berupa kecurangan, pengecoh, atau penyesatan konsumen. Dalam pendaftaran merek, apabila suatu merek terbukti memiliki unsur itikad tidak baik maka terhadap

---

<sup>10</sup> Siti Ismijati Jenie, 2009, *Itikad Baik Sebagai Asas Hukum*, Yogyakarta: Pascasarjana UGM, hlm. 23.

merek tersebut dapat ditolak, tidak dapat diterima atau bahkan dapat dimintakan pembatalan pendaftaran merek.

Hak kepemilikan terhadap suatu merek tidaklah bersifat mutlak, sebab apabila ditemukan cukup alasan yang membuktikan bahwa suatu merek didaftarkan dengan itikad tidak baik maka pendaftaran atas merek tersebut dapat dibatalkan, oleh sebab itu apabila ada pihak yang merasa dirugikan atas terdaptarnya suatu merek maka dia dapat mengajukan gugatan pembatalan merek pada Pengadilan Niaga. Dirjen HKI wajib mencoret merek tersebut dari daftar umum merek apabila gugatan tersebut dikabulkan oleh Pengadilan. Pembatalan atas suatu merek didasarkan pada ketentuan Pasal 20 dan Pasal 21 UU tentang Merek dan Indikasi Geografis tahun 2016. Gugatan pembatalan suatu merek hanya bisa dilaksanakan dalam tenggang waktu 5 (lima) tahun, namun gugatan pembatalan merek juga bisa dilakukan tanpa batas waktu jika merek terkait terindikasi adanya unsur itikad tidak baik yang berbenturan dengan nilai moral, etika serta ketertiban umum.<sup>11</sup> Pada dasarnya pembatalan merek terdaftar ini merupakan bentuk upaya represif dalam melindungi merek dagang terkenal yang menjadi korban tindak pelanggaran merek dagang.

---

<sup>11</sup> Ruri Suci Muliasari, *et.al*, *Pelanggaran Prinsip Itikad Baik dalam Sengketa Merek Internasional*, Notarius, Vol. 12, No, 2, 2021, hlm 975.

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah daftar ilmiah ilmiah yang berdasarkan pada sebuah pikiran, sistematika, dan peraturan tertentu yang memiliki tujuan meneliti satu ataupun beberapa gejala hukum terbatas dengan menggunakan metode menyiasati target dari penelitian itu.

### **a. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif merupakan penelitian hukum yang dilakukan melalui studi bahan pustaka terhadap data sekunder.<sup>12</sup> Penelitian ini dilaksanakan pada peraturan perundang-undangan dan bahan-bahan lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **b. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu :

#### **a) Pendekatan Perundang-Undangan (*Statute Approach*)**

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) merupakan suatu pendekatan yang dilaksanakan terhadap bermacam aturan hukum yang bersifat mengikat dan berkaitan erat dengan hak merek, yaitu UU

---

<sup>12</sup> Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, 2001, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Jakarta: Rajawali Pers, hlm 14.

Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan indikasi Geografis, Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.

b) Pendekatan Kasus (*Case Approach*)

Pendekatan kasus (*case approach*) merupakan pendekatan yang dilaksanakan dengan cara menelaah suatu kasus yang sudah menjadi putusan Pengadilan yang berkekuatan hukum tetap, dalam hal ini yaitu Putusan Pengadilan Niaga Nomor 71/Pdt.Sus-Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.

c. **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder. Jenis data sekunder merupakan jenis data yang dikumpulkan dari penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu penelitian yang sumber datanya diambil dari tulisan-tulisan (sumber bacaan) yang telah diterbitkan.<sup>13</sup> Bahan kepustakaan yang sering digunakan sebagai sumber bahan penelitian diantaranya adalah buku, hasil penelitian, internet, jurnal hukum, thesis, majalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

---

<sup>13</sup> Soerjono Soekanto, 2008, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta : UI-Press, hlm : 21.

#### **d. Bahan Hukum**

Bahan hukum yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 (tiga) kelompok, yaitu :

- a) Bahan hukum primer, adalah bahan hukum yang diperoleh dari sumber resmi berupa peraturan perundang-undangan ataupun hukum tertulis yang mempunyai otoritas tinggi dan mempunyai sifat mengikat.<sup>14</sup> Adapun dalam penelitian ini yaitu UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, Putusan Pengadilan yang telah berkekuatan hukum tetap dalam penelitian ini yaitu Putusan Pengadilan Niaga Nomor 71/Pdt.Sus- Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst.
- b) Bahan hukum sekunder, adalah bahan hukum yang tidak bersifat mengikat hanya memiliki fungsi menerangkan dan menjelaskan mengenai bahan hukum primer.<sup>15</sup> Bahan hukum ini diperoleh dari buku, hasil penelitian, internet, jurnal hukum, thesis, majalah yang berkaitan dengan penelitian ini.
- c) Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum pelengkap atau bahan hukum primer dan sekunder, dapat berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Bahasa Inggris atau Kamus Hukum.

---

<sup>14</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2005, *Penelitian Hukum*, Jakarta : Kencana Prenada Group, hlm 142.

<sup>15</sup> Khudzaifah Dimiyati, 2016, *Metodologi Penelitian Hukum*, Surakarta : Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, hlm 9.



**e. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam menyelesaikan penelitian ini adalah studi kepustakaan. Metode studi kepustakaan ini dikumpulkan dengan cara membaca, memahami serta menelaah terhadap data sekunder.

**f. Metode Analisis data**

Metode analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini bersifat deduktif, yaitu menarik kesimpulan yang menggambarkan permasalahan secara umum kepermasalahan yang khusus<sup>16</sup>, yang akan dirangkai menjadi kalimat yang runtut dan teratur guna memudahkan dalam memahami hasil analisis dalam penelitian ini.

---

<sup>16</sup> Jhony Ibrahim, 2006, *Teori Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang : Bayumedia Publising, hlm 393.