

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Globalisasi merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan zaman pada saat ini, Globalisasi adalah proses penyebaran unsur-unsur baru khususnya yang menyangkut informasi secara mendunia melalui media cetak maupun elektronik. Realita di era global ini, tentang kompleksitas masalah kehidupan yang mengalami perubahan cepat sekali, dan anomaly era global secara maknawi semakin meningkat.¹ Era globalisasi menimbulkan ancaman yang serius terhadap perubahan nilai-nilai kehidupan, antara lain : kerusakan moral, terutama gaya hidup yang cenderung bebas.² Semakin pesatnya perubahan globalisasi tentu saja akan diiringi oleh perkembangan Teknologi Informasi yang semakin pesat pula, di masa sekarang ini peranan Teknologi Informasi semakin penting karena dengan seiring perkembangan Teknologi Informasi, banyak manusia melakukan pekerjaan dengan menggunakan komputer maupun menggunakan *handphone* untuk berkomunikasi. Indonesia merupakan negara berkembang dan hingga saat ini masih terus melaksanakan peningkatan terhadap pembangunan perekonomian negara. Perkembangan

¹Istiana, A. R. (2008). **Hubungan Antara Demokrasi Pola Asuh Antara Ayah Dan Ibu Dengan Perilaku Disiplin Remaja**. *Jurnal Lentera Pendidikan*, Vol. 1, Hal : 70–82.

²Raja Gukguk, R. G., & Jaya, N. S. P. (2019). **Tindak Pidana Narkotika Sebagai Transnasional Organized Crime**. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, Vol. 3, Hal : 337–351.

yang aktual dan memperoleh perhatian dalam beberapa tahun terakhir ini adalah semakin meluasnya arus globalisasi baik di bidang sosial, ekonomi, budaya maupun bidangbidang kehidupan lainnya. Perkembangan ini terjadi karena faktor perubahan masyarakat yang terus berkembang cepat mengikuti jaman. Hal yang menjadi penyebab perubahan masyarakat adalah perkembangan teknologi dan informasi dan telah menjadikan kegiatan disektor perdagangan meningkat secara pesat dan bahkan telah menempatkan dunia sebagai pasar tunggal bersama.³

Perkembangan globalisas di Indonesia itu sendiri sangat pesat dirasakan dalam berbagai bidang aspek kehidupan dan kebudayaan yang ada di Indopnesia itu sendiri, Perkembangan yang demikian pesat ternyata membawa pengaruh yang luas terhadap kehidupan sosial masyarakat.⁴ Hal ini juga yang kemudian memicu tingkat perubahan dan pergeseran pola hidup dan interaksi dalam kehidunpan hal ini di dasari dengan berkembang kehidupan social yang pesat yang semakin megikuti kebiasaan kehidupan social luar yang dimana berakibat kebudayaan social mengikuti kebudayaan masyarakatnya, dalam hal siklus perpindahan kependudukan kehidupan social bermasyarakat kian semakin luas tak hanya diam di satu daerah tertentu namun kehidupan social masyarakat Indonesia semakin berkembang menuju daerah-daerah tertentu untuk meningkatkan atau

³ Rauf Hatu, **Perubahan Sosial Kultural Masyarakat Pedesaan (Suatu Tinjauan Teoritik Empirik)**, Jurnal Inovasi, Volume 8, No.4, Desember 2011, ISSN 1693-9034, hal : 2.

⁴ Salman Yoga S, **Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia Dan Perkembangan Teknologi Komunikasi**, Jurnal Al-Bayan, Vol. 24 No. 1 Januari – Juni 2018, E-ISSN 2549-1229, hal : 30.

meratakan kehidupan perekonomian bangsa itu sendiri, dalam perpindahan kehidupan social masyarakat Indonesia di bantu dengan berbagai macam transportasi baik darat udara maupun laut yang semakin mempermudah mobilitas kehidupan social masyarakatnya itu sendiri.

Saat ini perkembangan di industri transportasi mengalami berkembang dengan sangat pesat. Setiap tahun terjadi peningkatan jumlah kendaraan baik kendaraan mobil penumpang, mobil bis, mobil barang, maupun sepeda motor,⁵ hal ini diakibatkan dengan tingkat kehidupan social masyarakat yang semakin berkembang, oleh sebab itu maka perkembangan kehidupan social dalam industry transportasi harus mengikuti selalu perkembangan jaman yang ada, tidak luput perkembangan industry transportasi berakibat tingkat kemacetan juga semakin meningkat hal ini dikarenakan setiap individu memiliki kendaraannya pribadi, kebijakan demi kebijakan yang di bentuk pemerintah guna meningkatkan minat masyarakat social melakukan mobilitas menggunakan kendaraan umum yang semakin ditinggalkan oleh masyarakat dalam harapan pemerintah kendaraan umum dapat selalu eksis mengikuti perkembangan jaman saat ini, tingginya tingkat kemacetan yang ada di kota kota besar menyebabkan kendaraan umum juga terkadang melambat di tengah tengah kemacetan yang ada, kendala yang dapat diatasi oleh

⁵Ayu Aziah, Popon Rabia Adawia, **Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia)**, Volume 18 No. 2 September 2018, E-ISSN: 2579-3314, Hal : 149.

masyarakat dengan memakai kendaraan pribadi berupa sepeda motor yang bisa menerobos di tengah kemacetan yang ada.⁶

Perkembangan sepeda motor di Indonesia pertama kali masuk pada Tahun 1893 dimiliki oleh seorang berkebangsaan Belanda (J.C Potter). John C. Potter memesan sendiri sepeda motor itu ke pabriknya, Hildebrand und Wolfmüller, di Muenchen, Jerman. Sepeda motor tersebut tidak menggunakan rantai, roda belakang sebagai penggerak digerakan oleh kruk as. Saat ini pengguna sepeda motor di Indonesia sangat banyak. Berbagai macam jenis, bentuk, hingga kapasitas mesin bervariasi.⁷ Setiap tahun pembelian dan permintaan sepeda motor selalu mengalami peningkatan. Jika di tinjau dari segi ekonomi, daya beli masyarakat yang tinggi terhadap suatu barang seperti halnya terhadap sepeda motor akan mempengaruhi faktor sosial. Sepeda motor khususnya di perkotaan menjadi kendaraan yang sangat praktis dan efisien jika di lihat dari biaya transportasi lebih murah dan waktu tempuh yang bisa lebih cepat sampai ke tujuan. Dampak sosial dari banyaknya kepemilikan sepeda motor akan berpengaruh kepada sistem transportasi. Berbagai macam aturan berkendara di buat agar menjadi tertib di jalan raya. Mudahnya untuk membeli sepeda motor harus di dampingi dengan kesadaran pemilik kendaraan akan berlalu lintas. Karena saat ini kesadaran masyarakat akan berlalu lintas masih kurang yang akhirnya

⁶ Albertus Prawata, **Fasilitas Transit Transportasi Umum sebagai Media untuk Menciptakan Mobilitas dan Bagian Kota Jakarta yang Sehat**, Binus Journal Publishing, VOL. 5 NO. 2 (2014), e-ISSN 2476-9061, Hal : 880.

⁷ Albert Soebianto, **Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Brand Equity Sepeda Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Kota Bandung**, E-Journal Graduate Unpar, Vol. 1, No. 1 (2014), ISSN : 2355-4304, hal : 14.

menimbulkan situasi yang tidak kondusif dan menjadi masalah baru. Tidak sedikit pelanggaran yang dilakukan oleh pengendara sepeda motor mulai dari hal-hal kecil hingga yang terbesar yang akhirnya menimbulkan korban jiwa. Selain itu tujuan dari kepemilikan kendaraan roda dua tersebut ada di dasari dengan jiwa konsumtif dengan tujuan hanya untuk menyenangkan orang yang di cintai, seperti halnya orang tua membelikan anaknya sepeda motor, namun tanpa di beri pemahaman tentang aturan berkendara, di dampingi dengan kesadaran yang baik akhirnya akan mencelakai dirinya sendiri bahkan orang lain.⁸

Seiring perkembangan industry sepeda motor di Indonesia memunculkan berbagai macam komunitas motor yang ada, Saat ini banyak sekali klub motor yang selalu mengadakan touring atau perjalanan dengan berkelompok. Hobi dan minat masyarakat untuk memiliki sepeda motor pun beragam. Ada yang menggunakan sepeda motor untuk bekerja atau pergi ke sekolah, namun ada juga yang memiliki sepeda motor untuk mencari teman dengan menjadi anggota klub motor.

Pertumbuhan dunia otomotif yang sangat luar biasa terjadi di Indonesia pada tahun 2011 baik dalam penjualan mobil maupun motor.⁹ Prediksi para pakar di dunia otomotif yang sebelumnya meramalkan bahwa penjualan mobil pada tahun 2011 akan "panas", ternyata lebih "panas" dari dugaan. Seperti kita semua tahu bahwa penjualan mobil yang hampir mencapai angka

⁸ Arviana Yuliasari, **Analisis Struktur Pasar Dan Perilaku Industri Sepeda Motor Di Jakarta Tahun 2009-2012**, jurnal Media Ekonomi Vol. 20, No. 1, April 2012, ISSN : 2442-9686, Hal : 28.

⁹ Firman Hadiansyah, **Komodifikasi Geng Motor Dan Gerakan Literasi Di Banten**, Jurnal Membaca, Vol 2, No 1 (2017), e-ISSN : 2580-4766, Hal : 102.

900.000-unit merupakan angka yang cukup jauh dari prediksi awal yang meramalkan bahwa penjualan akan berkisar pada angka 830.000 unit. Sedangkan untuk pasar sepeda motor juga tidak kalah "panas", dengan angka penjualan yang mencapai 8 juta unit dan dapat dikatakan bahwa industri sepeda motor di Indonesia sangat bergairah. Bahkan kedepannya diramalkan bahwa tren penjualan kendaraan bermotor di Indonesia akan terus meningkat dan menjadi yang tertinggi di ASEAN. Iklim persaingan bisnis yang semakin kompetitif juga semakin intens, mulai dari semakin banyaknya model motor dan mobil yang ditawarkan oleh para produsen sampai dengan promosi melalui media elektronik dan non elektronik yang sangat gencar dilakukan untuk merebut hati para konsumen. Selain itu para produsen juga sudah menyiapkan kesediaan infrastruktur, mulai dari bagian produksi sampai *after sales service* untuk memudahkan para konsumennya. Hal ini juga terlihat dari tingkat pembelian konsumen, dimana menurut pihak kepolisian mereka kewalahan dalam mengurus pembuatan plat nomor kendaraan baru. Para produsen suku cadang untuk pasar komponen *original equipment manufacturer* (OEM) dan kedua adalah produsen pasar komponen *after market*.¹⁰ Para produsen dituntut untuk mampu menghasilkan suku cadang dengan kualitas dan kuantiti yang terjamin. Perkembangan pasar komponen otomotif di Indonesia selama ini cukup baik, terutama untuk pasar komponen *after market*. Meski bersaing dengan banyaknya produk impor yang beredar, pasar komponen otomotif untuk *after market* masih sangat

¹⁰ Triwulandari S. Dewayana, Dedy Sugiarto, Dorina Hetharia, **Peluang dan Tantangan Industri Komponen Otomotif Indonesia**, Prosiding Seminas Competitive Advantage, Vol 1, No 2 (2012), ISBN : 978-602-99020-3-7, Hal : 2.

terbuka luas dan cenderung terus berkembang kedepannya. Sebagai salah satu industri pendukung utama sektor otomotif, industri komponen tersebut mempunyai hubungan yang sangat erat dengan industri otomotif. Kelangsungan hidup industri komponen ini sangat bergantung kepada perkembangan industri otomotif itu sendiri. Sehingga perubahan kecil yang terjadi pada industri otomotif dapat memberikan dampak yang besar terhadap perkembangan industri komponennya. Dalam sebuah riset yang dilaksanakan oleh *MarkPlus* Insight di 6 kota besar di Indonesia (Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, Medan dan Makassar) kepada para pemilik kendaraan bermotor yang membeli mobil dan motornya lebih dari 3 tahun, dapat terlihat bahwa komponen-komponen utama yang diganti dalam 1 tahun terakhir oleh para konsumen merupakan suku cadang yang bersifat fast moving, seperti oli, aki, busi, kanvas rem, ban, dan lain sebagainya. Hal ini dapat membuka kesempatan bagi para produsen untuk mulai menentukan langkah serta strategi yang tepat dalam rangka memenangkan persaingan.¹¹

Perilaku konsumen merupakan salah satu faktor yang penting untuk dipelajari oleh perusahaan industry kendaraan bermotor khususnya bagian pemasaran karena konsumen dengan perilakunya akan sangat mempengaruhi terhadap perolehan keuntungan bagi perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Bagi para pemasar, perubahan dapat merupakan tantangan baru yang memerlukan tanggapan dan cara penyelesaian yang baru pula, oleh karena itu pemasar dituntut untuk selalu

¹¹ White Paper Mark Plus, **Perkembangan Industri Spare Parts di Indonesia**, <https://johandwi88.blogspot.com/2019/04/perkembangan-industri-spare-parts-di.html>, diakses pada tanggal 14 Juni 2022, pukul 21:24.

melakukan studi tentang perilaku konsumennya, mengapa konsumen membeli suatu produk atau jasa tertentu, dan berapa banyak yang akan dibelanjakan oleh konsumen untuk berbagai jenis barang dan jasa tersebut (Tjiptono, 1997:223). Menurut Basu Swastha dan T. Hani Handoko (1997:10) perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut Perilaku konsumen didefinisikan sebagai sejumlah tindakan nyata individu (konsumen) yang dipengaruhi oleh factor kejiwaan (psikologis) dan faktor luar lainnya (eksternal) yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mempergunakan barang-barang yang diinginkannya (Amirullah, 2002:3). Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai perilaku yang ditunjukan oleh konsumen dalam mencari, membeli, mempergunakan, mengevaluasi dan menolak produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Ada dua hal penting dalam pengertian perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik. yang melibatkan individu secara keseluruhan dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa, proses pengambilan keputusan.

Merek mempunyai peranan yang penting dalam perkembangan perdagangan. Merek sebagai representasi dari suatu produk barang dan jasa sehingga suatu merek mempunyai nilai yang menggambarkan atas barang dan jasa tersebut. Peran merek dalam perekonomian Indonesia dapat menciptakan persaingan usaha yang sehat. Dari sisi produsen, merek digunakan sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai

kualitas barang. Sedangkan dari sisi konsumen, merek diperlukan untuk melakukan pilihan barang yang akan dibeli, bahkan penggunaan merek tertentu bagi seorang konsumen dapat menimbulkan image tertentu pula.¹² Keadaan tersebut menjadikan merek mempunyai nilai ganda. Pertama, merek berperan sebagai alat kompetisi, yang memungkinkan pemilik merek berkinerja lebih baik dalam kegiatan pemasaran untuk memperoleh/meraih pasar yang lebih besar maka merek dapat menjadi jaminan kualitas bagi konsumennya. Kedua, merek tersebut berfungsi sebagai alat monopoli, yaitu berdasarkan atas prinsip bahwa pihak yang berhak atas merek adalah pemakai yang berdasarkan ketentuan undang-undang diberi hak untuk mempergunakannya dan melarang pemakaian merek tersebut oleh pihak lain tanpa seizin pemilikinya.¹³ Merek sebagai tanda pengenal suatu produk terdiri dari nama, istilah, lambang, simbol, warna, gerak atau kombinasi dari hal tersebut. Merek merupakan gambaran identitas yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Merek digunakan sebagai alat promosi, jaminan atas mutu barang dan untuk menunjukkan asal barang dan jasa.

Merek menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Pasal 1 tentang Merek Dan Indikasi Geografis 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

¹² Erma Wahyuni dkk, 1997, **Kebijakan dan manajemen hukum merek**, Yayasan Pembaharuan Administrasi Publik Indonesia, Yogyakarta, hlm.3.

¹³ Gunawa Widjaja,2001, **Seri Hukum Bisnis Rahasia Dagang**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 17.

dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan / jasa. Hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan pemerintah kepada pemilik merek, untuk menggunakan merek tersebut atau memberikan izin untuk menggunakannya kepada orang lain (Pasal 3). Berbeda dengan hak cipta, merek harus didaftarkan terlebih dahulu di dalam Daftar Umum Merek (Pasal 3). Merek sangat penting dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu image, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial. Merek juga berguna untuk konsumen, mereka membeli produk tertentu (yang terlihat dari mereknya) karena menurut mereka, merek tersebut berkualitas tinggi atau aman untuk dikonsumsi dikarenakan reputasi dari merek tersebut. Jika sebuah perusahaan menggunakan merek perusahaan lain, para konsumen mungkin merasa tertipu karena telah membeli produk dengan kualitas yang lebih rendah.¹⁴ Latar belakang lahirnya Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis antara lain didasari munculnya arus globalisasi di segenap aspek kehidupan umat manusia, khususnya dibidang perekonomian dan perdagangan. Perkembangan pesat di bidang teknologi informasi dan transportasi mendorong tumbuhnya intergritas pasar perekonomian dan perdagangan global. tKebutuhan, kemampuan Latar belakang lahirnya Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis antara lain didasari munculnya arus globalisasi di segenap aspek kehidupan umat manusia, khususnya

¹⁴ Tim Lindsey dkk, **Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar** (Bandung: PT. Alumni, 2011) hal. 131

dibidang perekonomian dan perdagangan. Perkembangan pesat di bidang teknologi informasi dan transportasi mendorong tumbuhnya integritas pasar perekonomian dan perdagangan global. Kebutuhan, kemampuan dan kemajuan teknologi atas suatu produk sekarang ini merupakan pasar bagi produksi-produksi pengusaha pemilik merek dagang dan jasa. Semuanya ingin produk mereka memperoleh akses yang sebebaskan-bebasnya ke pasar. Oleh karena itu perkembangan di bidang perdagangan dan industri yang sedemikian pesatnya memerlukan peningkatan perlindungan terhadap teknologi yang digunakan dalam proses pembuatan. Apabila kemudian produk tersebut beredar di pasar dengan menggunakan merek tertentu, maka kebutuhan melindungi produk yang dipasarkan dari berbagai tindakan melawan hukum pada akhirnya merupakan kebutuhan untuk melindungi merek tersebut. Dalam hubungan ini hak-hak yang timbul dari Kekayaan Intelektual, khususnya hak atas merek suatu produk akan menjadi sangat penting yaitu dari segi perlindungan hukum sebab mendirikan dan mengembangkan merek produk barang atau jasa dilakukan dengan susah payah, mengingat juga dibutuhkan waktu yang lama dan biaya yang mahal untuk mempromosikan merek agar dikenal dan memperoleh tempat dipasaran. Setelah Undang-Undang tersebut berlaku, pemerintah pun segera melakukan tindakan pembenahan dalam setiap hal yang berkaitan dengan merek. Hal ini untuk memberikan pelayanan bagi para pengusaha atau pedagang agar dalam mengembangkan usahanya, Mereka memperoleh perlindungan hukum atas tenaga, pikiran, waktu dan biaya yang telah mereka korbankan dalam rangka membangun suatu reputasi perusahaan

dalam wujud merek. Adanya pengaturan tentang merek dapat mencegah persaingan usaha tidak sehat. Dengan merek, produk barang atau jasa sejenis dapat dibedakan asal muasalnya, kualitasnya, serta keterjaminan bahwa produk itu original. Kadangkala yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bukan produknya, tetapi mereknya. Merek adalah sesuatu yang di tempelkan atau dilketkan pada suatu produk, tetapi ia bukan produk itu sendiri.¹⁵

Selain perlindungan terhadap merek dagang dan merek jasa, dalam Undang-Undang Merek baru diatur juga perlindungan terhadap Indikasi Geografis, yaitu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang karena faktor lingkungan geografis, termasuk faktor alam atau faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan. Selain itu juga diatur mengenai indikasi asal. Mengingat merek merupakan bagian dari kegiatan perekonomian / dunia usaha, penyelesaian sengketa merek memerlukan badan peradilan khusus, yaitu Pengadilan Niaga sehingga diharapkan sengketa merek dapat diselesaikan dalam waktu yang relatif cepat. Sejalan dengan itu, harus pula diatur hukum secara khusus untuk menyelesaikan masalah sengketa merek seperti juga bidang hak kekayaan intelektual lainnya. Adanya peradilan khusus untuk masalah merek dan bidang-bidang hak kekayaan intelektual lain juga dikenal di beberapa negara lain, seperti Thailand. Dalam Undang-Undang Merek baru pun pemilik merek diberi upaya perlindungan hukum

¹⁵ Saidin, Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights), (PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 392.

yang lain, yaitu dalam wujud Penetapan Sementara Pengadilan untuk melindungi mereknya guna mencegah kerugian yang lebih besar. Disamping itu untuk memberikan kesempatan yang lebih luas dalam penyelesaian sengketa, dalam Undang-Undang Merek baru dimuat ketentuan tentang arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa.¹⁶

Merek yang baik dan terkenal merupakan aset yang berharga bagi pemilik merek. Merek digunakan sebagai dasar untuk membangun suatu reputasi suatu produk barang dan jasa. Merek memberikan suatu informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan jasa yang diproduksi dalam dunia pemasaran atau periklanan. Perindustrian barang dan jasa dengan perkembangan periklanan membuat merek semakin tinggi nilainya. Merek yang didukung dengan media periklanan membuat pemilik merek memiliki kemampuan untuk menstimulasi permintaan konsumen sekaligus mempertahankan loyalitas konsumen atas produk barang dan jasa yang dihasilkan.¹⁷

Ketentuan terkait perlindungan merek terkenal utamanya diatur dalam *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* ("Paris Convention") dan juga dalam *the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* ("TRIPS Agreement"). Dalam Pasal 6bis ayat (1) Paris Convention diatur bahwa:

The countries of the Union undertake, ex officio if their legislation so permits, or at the request of an interested party, to refuse or

¹⁶ Ahmadi Miru, Hukum Merek (cara mudah mempelajari undang-undang Merek) , Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005 , hal. 3

¹⁷ Rahmi Janed, 2015, Hukum Merek, Prenadamedia Grup, Jakarta, hlm.4

to cancel the registration, and to prohibit the use, of a trademark which constitutes a reproduction, an imitation, or a translation, liable to create confusion, of a mark considered by the competent authority of the country of registration or use to be well known in that country as being already the mark of a person entitled to the benefits of this Convention and used for identical or similar goods. These provisions shall also apply when the essential part of the mark constitutes a reproduction of any such wellknown mark or an imitation liable to create confusion therewith.

Pada umumnya, negara-negara dengan sistem hukum *Civil Law* termasuk Indonesia, menganut sistem *First to file* dalam memberikan hak atas merek. Berdasarkan sistem *First to file* tersebut, pemilik merek, termasuk merek terkenal, harus mendaftarkan mereknya di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual ("DJKI") untuk memperoleh hak eksklusif atas mereknya dan perlindungan hukum. Hak eksklusif tidak dapat diperoleh pemilik merek hanya dengan menunjukkan bukti-bukti bahwa ia adalah pemakai pertama merek tersebut di Indonesia. *First-to-file system* berarti bahwa pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran diberi prioritas untuk mendapatkan pendaftaran merek dan diakui sebagai pemilik merek yang sah.¹⁸ Secara eksplisit prinsip ini diatur pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis ("UU

¹⁸ Safira Jihan Aliandani, Kami Hartono, **Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal (Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis)**, Prosiding KONFERENSI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU) 4, ISSN. 2720-913X, Hal : 497.

MIG”) yang menentukan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Yang dimaksud dengan "terdaftar" adalah setelah permohonan melalui proses pemeriksaan formalitas, proses pengumuman, dan proses pemeriksaan substantif serta mendapatkan persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (“Menteri”) untuk diterbitkan sertifikat. Perlu dipahami bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Di Indonesia, perlindungan merek terdaftar diberikan selama jangka waktu 10 tahun terhitung sejak tanggal penerimaan permohonan, dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama. *World Intellectual Property Organizations (WIPO)* memberikan batasan mengenai merek terkenal sebagaimana disepakati dalam *Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks* bahwa faktor-faktor ini dapat digunakan untuk menentukan apakah Merek tersebut masuk kategori terkenal, yaitu:

1. tingkat pengetahuan atau pengakuan merek di sektor yang relevan dengan masyarakat;
2. durasi, tingkat dan wilayah geografis dari pemakaian Merek;
3. durasi, tingkat dan wilayah geografis dari promosi Merek;
4. durasi dan wilayah geografis dari segala pendaftaran atau permohonan pendaftaran Merek;
5. catatan keberhasilan pemenuhan hak atas Merek tersebut;
6. nilai Merek;

Suatu merek merupakan aspek perusahaan yang mempunyai nilai lebih apabila sudah terkenal oleh masyarakat luas. Merek mempunyai hak eksklusif yang diberikan oleh negara pada pemilik merek apabila merek sudah didaftarkan. Merek yang terdaftar mendapat perlindungan hukum atas suatu produk yang dihasilkan tersebut. Merek yang terkenal dan mempunyai reputasi yang baik memiliki perlindungan yang lebih kuat. Hal ini untuk menjaga nama merek dari perusahaan tersebut sehingga tidak merusak *image* dari produk merek yang terkenal tersebut. Merek sebagai salah satu Hak Atas Kekayaan Intelektual yang pada dasarnya ialah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa (*an indication of origin*) dari suatu perusahaan dengan barang dan jasa perusahaan lain. Melalui merek, pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas (*guarantee of equality*) barang dan jasa yang dihasilkan dan mencegah tindakan persaingan dari perusahaan lain yang berikad buruk yang ingin mencoreng reputasinya. Pemilik merek mempunyai peranan yang penting dalam perkembangan hukum merek di Indonesia. Pemilik merek merupakan pihak yang berhak untuk menikmati secara ekonomi atas suatu merek yang dihasilkan. Pemilik merek dapat memberikan ijin kepada pihak lain untuk menggunakan dan menikmati hasil ekonomi dari suatu merek tersebut melalui lisensi.¹⁹ Pemegang lisensi dan pemilik merek ini yang memegang kendali atas suatu merek dapat beredar masyarakat agar tidak terjadi

¹⁹ Komang Agus Ardi Ary Wibawa . Drs. I Ketut Kirya,M.M . I Wayan Suwendra, S.E., M.Si., **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor**, Jurnal Manajemen Indonesia, Vol. 4, Nomor 1, Oct 2016, ISSN 2338-4557, hal : 111.

pelanggaran pada merek. Hukum merek menganut delik aduan dimana diperlukan laporan dan aduan dari pemilik merek kepada aparat penegak hukum untuk melakukan tindakan hukum atas suatu pelanggaran merek. Salah satu bentuk pelanggaran dalam merek adalah pemalsuan atas barang. Kegiatan pemalsuan ini semakin marak pada masyarakat karena permintaan yang terus meningkat sehingga pemilik merek merasa kewalahan akan kegiatan pemalsuan barang ini. Pemilik merek harus bersikap aktif untuk mengendalikan pelanggaran merek, hal ini karena pemilik merek merupakan satu-satunya pihak yang boleh melakukan laporan sehingga dirasa kurang efektif dan maksimal untuk menjamin barang-barang yang beredar dalam keadaan aman dan dalam mutu yang baik untuk konsumen. Kasus pemalsuan suku cadang motor bermerek yang terjadi di daerah Badung. Kejadian tersebut terungkap setelah banyaknya masyarakat yang mengeluhkan mengenai kualitas dari produksi dari merek merek terkenal seperti Astra, *Piaggio*, dan merek merek terkenal lainnya. Dalam hal ini karyawan merek terkait harusnya mengecek keaslian produk guna menemukan titik pembeda sehingga di temukannya banyak suku cadang palsu beredar di kabupaten Badung Dalam perkembangannya posisi seorang konsumen selalu lebih lemah dibandingkan posisi seorang produsen. Salah satu faktor utama lemahnya kedudukan seorang konsumen adalah masih rendahnya tingkat pendidikan atau pengetahuan masyarakat dalam bidang perlindungan konsumen sehingga konsumen kurang mencermati merek dari

suatu produk tertentu yang dikonsumsi.²⁰ Mengingat krisis ekonomi yang berkepanjangan seperti saat sekarang ini, banyak produsen yang menyiasatinya dengan cara mengkombinasikan barang-barang bermerek yang asli dengan barang menggunakan merek yang palsu tersebut yang secara fisik benar-benar mirip dengan yang asli. Banyaknya peminat dari barang-barang palsu ini disebabkan oleh harganya yang relatif murah dibandingkan dengan harga barang aslinya. Apalagi di kalangan masyarakat ada dikenal barang kualitas super yang menurut mereka barang yang palsu tersebut kualitasnya hampir sama dengan yang asli dan harganya tentu saja terjangkau dan menguntungkan bagi para produsen. Melihat maraknya pelanggaran akan merek terkenal terkhusus bagian bagian penting kendaraan bermotor serta menimbang pentingnya perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal dan dalam rangka mewujudkan penegakan hukum merek, idealnya sudah melindungi para pencipta. Namun pada kenyataannya di lapangan implementasi perlindungan hak cipta masih tidak terbukti.

Perkembangan industri transportasi di Bali mengalami perkembangan yang pesat di karenakan kontur budaya dan masyarakat Bali yang berujung tanduk pada kepariwisataan maka tingkat konsumen masyarakat dalam industri transportasi terkhusus sepeda motor meningkat guna mempercepat mobilitas kepariwisataan di Bali, dalam hal menikmati pemandangan di pulau Bali penggunaan sepeda motor dirasa tepat dalam penerapannya di pulau Bali yang memiliki dasar kepariwisataan yang menjadi tingkat penghasilan

²⁰[https://fhukum.unpatti.ac.id/hkm.pidana/%20\(diakses%20pada%2011%20Oktober%202019,%20pukul%2012.52\)](https://fhukum.unpatti.ac.id/hkm.pidana/%20(diakses%20pada%2011%20Oktober%202019,%20pukul%2012.52))

masyarakatnya, di lihat dari geografis sendiri pulau bali sangat tepat dinikmati memakai sepeda motor dalam perjalanan ke tempat tempat pariwisata yang di tuju.

Kabupaten Badung merupakan salah satu daerah yang memiliki spot pariwisata yang cukup banyak yang ada di pulau Bali, pada Kabupaten Badung sendiri memiliki berbagai macam spot pantai yang bagus untuk di kunjungi, hal ini erat kaitannya dengan perkembangan transportasi sebagai pendukung mobilitas pariwisata di kabupaten Badung itu sendiri. Munculnya kebudayaan transportasi klasik yang di bungkus teknologi yang terkini menyebabkan berbagai macam produsen sepeda motor berlomba-lomba dalam dunia industry sepeda motor metic, di kabupaten Badung sendiri trand pemakaian sepeda motor metic semakin meningkat khususnya pada salah satu brand terkenal yaitu Vespa.

Secara sejarah Vespa sudah lama terkenal di dunia ini juga mempunyai perkembangan yang pesat, kesuksesan Vespa selama hampir delapan dekade dan juga sebagai bagian dari cerita-cerita tak terlupakan yang lekat dengan pecinta Vespa di Indonesia.

1950-an: Merupakan era paling bersejarah bagi Vespa karena di era inilah Vespa lahir dan berkembang di Indonesia. Kehadiran Vespa keluaran era awal kelahirannya pun masih menjadi primadona sampai saat ini di Indonesia. Hal ini dikarenakan oleh Vespa yang hadir sebagai kendaraan roda dua dengan bentuk unik, berkarakter serta revolusioner pada masanya.

1960-an: Setelah dekade pertama sejak kehadirannya, Vespa semakin diterima dan populer. Pada masa ini, Vespa dipilih untuk menjadi simbol

penghormatan terhadap Kontingen Garuda Tentara Nasional Indonesia. Pemerintah Indonesia memberikan Vespa atas jasa Kontingen Garuda sebagai Pasukan Penjaga Perdamaian Indonesia yang bertugas di Kongo dan menjadi sebuah torehan sejarah yang berarti serta mendalam bagi Vespa di Indonesia.

1970-an: Kejayaan Vespa terus berlanjut melalui model-model klasik dan ikonik, dari Vespa Sprint 150cc, Vespa Super 150cc dan Vespa Special 90cc. Sampai hari ini, Vespa model klasik dan ikonik tersebut masih bernilai dan diburu para pecinta Vespa.

1980-an: Di era ini, Vespa yakin bahwa Indonesia siap untuk menarik perhatian pecinta otomotif dengan line up big engine. Vespa Excel 200cc dan Vespa Spartan 200cc merupakan dua model big engine yang pertama dipasarkan di Indonesia dan diapresiasi oleh seluruh pecinta Vespa di Indonesia hingga saat ini.

1990-an: Vespa Corsa yang dilengkapi starter elektrik dan transmisi matik hadir pertama kali di Indonesia. Vespa Corsa sendiri memulai peralihan Vespa klasik menuju Vespa modern yang menjadikan Vespa Corsa sebagai pelopor motor matik di Tanah Air.

2000-an: Menandai ulang tahun ke-50, Vespa mempersembahkan Vespa ET dalam tiga versi: Vespa ET4, Vespa ET2, dan Vespa ET2 Injection. Vespa ET4 mendulang popularitasnya di era milenium karena untuk pertama kalinya, Vespa hadir dengan mesin 4-tak serta transmisi fully automatic. Vespa ET4 juga menjadi basis Vespa Ferrari Limited Edition yang dibuat

khusus untuk tim Ferrari saat merayakan pencapaian mereka di Kejuaraan Dunia Formula 1.

2011: Karena antusiasme masyarakat Indonesia terhadap Vespa begitu tinggi, PT Piaggio Indonesia hadir secara resmi di Indonesia untuk memberikan pelayanan dan produk bagi pencintanya. Produk pertama yang dibawa adalah Vespa LX 150 2v dan Vespa S 150 2v yang langsung digemari oleh pecinta Vespa di tanah air. Tercatat industry perkembangan Vespa selalu mengikuti pola hidup social masyarakat Indonesia itu sendiri dalam hal ini perkembangan Industri Vespa tercatat sampai tahun 2022 ini selalu memiliki gagasan gagasan baru yang menarik untuk para penggemar vespa yang ada di kabupaten Badung. Dari sedikit pemaparan di atas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul **“PERAN KOMUNITAS PENGGEMAR MOTOR VESPA METIC DALAM PERLINDUNGAN ANGGOTA SEBAGAI KONSUMEN TERHADAP SPAREPART PALSU DI KABUPATEN BADUNG BALI”**.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang tersebut diatas, dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana peran komunitas penggemar motor vespa metic dalam perlindungan anggota sebagai konsumen terhadap sparepart palsu di kabupaten Badung Bali?

2. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi komunitas penggemar motor vespa *metic* dalam perlindungan anggota sebagai konsumen terhadap sparepart palsu di kabupaten Badung Bali?

1.3. RUANG LINGKUP MASALAH

Penulisan karya ilmiah ini perlu ditentukan secara tegas Batasan materi yang akan dibahas dalam tulisan yang dimaksud sehingga pembahasan yang diuraikan nantinya akan terarah dan benar-benar tertuju pada pokok permasalahan. Pembahasan yang akan dibahas diharapkan tidak jauh menyimpang dari pembahasan dan permasalahan apa yang ada, maka dalam tulisan ini akan diberikan batasan ruang lingkup permasalahannya. Hal yang akan ditulis dalam skripsi ini adalah:

1. Peran komunitas penggemar motor vespa *metic* dalam perlindungan anggota sebagai konsumen terhadap *sparepart* motor vespa *metic* palsu di kabupaten Badung. Atas dasar hal tersebut fokus pengkajian dalam skripsi ini dibatasi pada seputaran masalah Peran komunitas penggemar motor vespa *metic* dalam perlindungan anggota sebagai konsumen terhadap *sparepart* palsu di kabupaten Badung Bali.
2. Perlunya mengetahui terkait faktor-faktor apakah yang mempengaruhi komunitas penggemar motor vespa *metic* dalam perlindungan anggota sebagai konsumen terhadap *sparepart* motor vespa *metic* palsu di kabupaten Badung Bali.

1.4. TUJUAN PENELITIAN

1.4.1. Tujuan Umum

- a. Untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya pada bidang penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa;
- b. Untuk perkembangan ilmu pengetahuan hukum;
- c. Sebagai syarat menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata 1 (S1) di Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar.

1.4.2. Tujuan Khusus

1. Untuk menganalisis peran komunitas penggemar motor vespa metic dalam perlindungan anggota sebagai konsumen terhadap sparepart motor vespa metic palsu di kabupaten badung Bali;
2. Untuk menganalisis faktor-faktor apakah yang mempengaruhi komunitas penggemar motor vespa metic dalam perlindungan anggota sebagai konsumen terhadap sparepart motor vespa metic palsu di kabupaten Badung Bali.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, menggunakan jenis penelitian hukum dalam aspek hukum empiris. Penelitian hukum empiris merupakan salah satu jenis penelitian hukum yang menganalisis dan mengkaji

bekerjanya hukum didalam masyarakat.²¹ Penelitian hukum empiris mengkaji hukum yang dikonsepsikan sebagai perilaku nyata (*actual behavior*), sebagai gejala social yang sifatnya tidak tertulis yang dialami setiap orang dalam hubungan hidup bermasyarakat.²²

1.5.2. Jenis Pendekatan

Pendekatan masalah dalam penelitian ini dilakukan dengan memakai dua pendekatan diantaranya adalah pendekatan sosiologis dan pendekatan fakta, yang dalam hal ini memiliki penjelasan diantaranya adalah :

1. Pendekatan Sosiologis yang terkait dengan Pelaksanaan Penanganan dan penegakan hukum terhadap pelaku tindak kekerasan terhadap perempuan di kabupaten Badung. Pendekatan yuridis sosiologis, yaitu mengidentifikasi dan mengkonsepsikan hukum sebagai institusi sosial yang riil dan fungsional dalam sistem kehidupan yang nyata. Pendekatan yuridis sosiologis adalah pendekatan menekankan penelitian yang bertujuan memperoleh pengetahuan hukum secara empiris dengan terjun langsung ke obyeknya yaitu mengetahui Pelaksanaan Penanganan dan perlindungan hukum terhadap

²¹Ishaq. (2020). **Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis Serta Disertasi** (1st ed.). Bandung: ALFABETA, Hal. 15

²²Muhammad, A. (2006). **Hukum dan Penelitian Hukum**. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. Hal. 22

konsumen sparepart motor vespa metic palsu di kabupaten badung Bali.

2. Pendekatan fakta memiliki dasar pemikiran yang dimana bertumpu pada fakta-fakta yang terjadi dan metode belajarnya adalah menghafal, sehingga dapat dikatakan bahwa langkah dalam mempelajari sebuah pendekatan fakta adalah dengan menyajikan langsung dengan contoh kejadian fakta yang terjadi dan diharapkan mampu mendalami fakta tersebut. Dapat kita ketahui fakta adalah hal atau keadaan yang merupakan kenyataan atau sesuatu yang benar-benar ada atau terjadi. Fakta bersifat objektif. Setiap orang akan memiliki kesamaan dalam pengamatan suatu fakta. Sebuah fakta mempunyai kebenaran mutlak dan tidak bisa dibantah. Kejadian yang bisa diterima oleh akal sehat atau nalar tertentu saja disebut fakta. Dalam penelitian skripsi ini pentingnya pendekatan fakta guna meningkatkan pemahaman mengenai suatu objek permasalahan yaitu peredaran barang palsu dan cara menanggulangnya.

1.5.3. Sumber Data

Sesuai dengan pendekatannya sumber data yang digunakan dalam tulisan ini berasal dari beberapa sumber hukum yaitu meliputi:

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data empiris yang diperoleh sumbernya dari hasil komunikasi atau wawancara dengan narasumber dan pihak responden di lokasi tempat penelitian di bengkel yang menjual suku cadang motor di Kabupaten Badung Bali, dengan demikian data primer sering juga disebut data lapangan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang di peroleh, dibuat dan merupakan pendukung dari sumber utama dan sifatnya tidak langsung. Data tersebut di golongan menjadi:²³

1. Bahan hukum primer berupa pendapat hukum yang diperoleh melalui Peraturan Perundang – Undangan yang erat dengan permasalahan yang di teliti dan sifatnya mengikat terdiri atas :

A. Kitab Undang – Undang Hukum Pidana;

B. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis;

C. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen.

2. Bahan hukum sekunder adalah semua publikasi tentang hukum merupakan dokumen yang resmi. Publikasi tersebut terdiri atas:

²³Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif* (1st ed.). Yogyakarta: Pustaka Baru Press. Hlm. 9

- a. Buku teks yang membicarakan tentang permasalahan;
- b. Kamus–kamus hukum;
- c. Jurnal-Jurnal Hukum.

1.5.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer dan data skunder, pengertiannya sebagaimana dibawa ini:²⁴

1. Teknik pengumpulan data Primer, dalam teknik pengumpulan data primer memiliki 2 teknik diantaranya:

A. Observasi

Penelitian ini juga melakukan metode observasi yang di mana melakukan suatu pengamatan dalam objek penelitian. Dalam penelitian ini observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat di pahami dalam konteknya. Observasi yang akan dilakukan adalah observasi terhadap subyek, prilaku subyek selama wawancara, interaksi subyek dengan peneliti, dan hal – hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara.

²⁴Ishaq. (2020). *Op.Cit*, hlm. 70

B. Wawancara

Yakni melakukan wawancara langsung dengan pihak narasumber pengelola bengkel suku cadang serta konsumen yang sering berlangganan di bengkel tersebut yang berlokasi di Kabupaten Badung Bali.

2. Teknik pengumpulan data skunder dan tersier memiliki teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan yang dimana mengkaji seputar jurnal dan karya ilmiah yang erat kaitannya dengan rumusan masalah yang ada.

1.5.5. Teknik Analisa Data

Data yang di peroleh dan dikumpulkan dari hasil penelitian akan dianalisa secara kualitatif. Penelian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur *statistic* atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).²⁵ Penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarskat. Analisa bahan hukum merupakan bagian yang sangat penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisis data tersbut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian yang digunakan dalam hal ini, dimaksudkan agar dapat mensinergikan

²⁵Sujarweni, V. W. (2018), *Op.Cit*, hlm. 12

antara beberapa data yang telah didapatkan dengan berbagai literatur dan data lain yang telah disiapkan, kemudian dianalisa untuk mendapat kebenaran dalam usaha untuk memahami kebenaran.²⁶ Teknik penyajian data yang di gunakan adalah deskriptif kualitatif, yakni data yang diperoleh selama penelitian lapangan baik melalui observasi, wawancara maupun kepustakaan. Penelitian deskriptif memusatkan kepada masalah – masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat, sehingga kesimpulan yang dibuat berdasarkan dengan tujuan yang telah dirumuskan.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan hasil penelitian untuk mencapai hasil akurat, tentunya terdapat pembahasan yang sistematis. Bagian pertama yang meliputi halaman sampul, halaman judul, halaman prasyarat gelar sarjana hukum, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman pengesahan panitia penguji ujian, halaman pernyataan keaslian, moto, kata pengantar, abstrak, daftar isi, dan daftar lampiran yang menunjang disusunnya penelitian ini. Penulis membagi sistematika penulisan skripsi ini

²⁶Amirudin, & Asikin, Z. (2008). ***Pengantar Metode Penelitian Hukum*** (1st ed.). Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. Hlm. 15

menjadi 5 (lima) bab yang berhubungan erat satu sama lain, dengan perincian sistematika penulisan sebagai berikut.²⁷

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I ini diuraikan gambaran umum mengenai pokok permasalahan yang ingin diteliti sehingga menemukan apa saja permasalahan konkret dan hubungan permasalahan satu dengan yang lainnya.

Pada bab ini secara umum menyajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan;

BAB II KAJIAN TEORITIS

Untuk mengkaji permasalahan hukum pada pembahasan permasalahan atau rumusan masalah yang diteliti, tentunya tidak dapat terlepas dari adanya norma-norma hukum, teori-teori hukum yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat tanpa melupakan variable penelitian, asas-asas hukum yang akan digunakan untuk

²⁷ Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati, 2021, **Buku Panduan Penulisan Skripsi 2021**, hal 48.

membahas permasalahan dalam penelitian ini. Penggunaan norma hukum, konsep hukum, teori hukum, dan asas hukum untuk dapat mewujudkan kebenaran dari pembahasan permasalahan yang bersifat konsensus yang dapat ditemukan dengan upaya penelusuran. Hal ini digunakan sebagai alat atau pedoman yang digunakan untuk;

BAB III Peran Komunitas Penggemar Motor Vespa Metic Dalam Perlindungan Anggota Sebagai Konsumen Terhadap Sparepart Palsu Di Kabupaten Badung Bali.

Pada BAB III ini akan membahas mengenai peran penggemar komunitas motor vespa metic dalam perlindungan anggota sebagai konsumen terhadap sparepart palsu di kabupaten Badung Bali;

BAB IV Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunitas Penggemar Motor Vespa Metic Dalam Perlindungan Anggota Sebagai Konsumen Terhadap Sparepart Palsu Di Kabupaten Badung Bali.

Pada BAB IV ini akan membahas mengenai Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi komunitas penggemar motor vespa metic dalam perlindungan

anggota sebagai konsumen terhadap sparepart motor vespa metic palsu di kabupaten Badung Bali;

3. BAB PENUTUP

V Pada BAB V yang menjadi bab akhir dalam penyusunan penulisan ini, yang akan merangkum secara rinci dan singkat mengenai pembahasan yang dibahas pada bab sebelumnya dengan memberikan saran terkait pembahasan permasalahan tersebut.

