

PERLINDUNGAN PEMEGANG HAK MEREK TERKENAL YANG DIPALSUKAN DAN DIBAJAK DALAM PERDAGANGAN DI DUNIA MAYA

PROTECTION OF WELL-KNOWN TRADEMARK HOLDERS FROM COUNTERFEIT AND PIRATED IN CYBER TRADE

Ioshah Raseuki Mukhlis

Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala
Jl. Putroe Phang, No.1, Darussalam, Banda Aceh – 23111
e-mail: ioshahraseukim@gmail.com

Sri Walny Rahayu

Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala
Jl. Putroe Phang, No.1, Darussalam, Banda Aceh – 23111
e-mail: ayoe_armans@usk.ac.id

Abstrak - Penelitian ini bertujuan menjelaskan perlindungan hak merek terkenal yang dipalsukan dan dibajak dalam perdagangan di dunia maya, menjelaskan hambatan dan tantangan bagi pemegang hak merek terkenal dalam melindungi haknya dan menjelaskan penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh para pihak. Hasil penelitian menunjukkan perlindungan hak merek terkenal yang diperdagangkan di dunia maya dalam UU MIG belum memberikan kepastian hukum secara optimal karena belum mengatur definisi merek terkenal secara terminologi, kriteria merek terkenal, dan perlindungan terhadap hak merek terkenal di dunia maya. Hambatan bagi pemegang hak merek terkenal dalam melindungi haknya adalah kerugian yang dialami pemegang hak merek terkenal, keterbatasan negara dalam melakukan penegakan hukum, pasar yang sangat luas di dalam dunia maya, serta minat masyarakat dan besarnya peluang dalam perdagangan dan tantangannya adalah ketidaktegasan pemerintah dalam mengatasi pemalsuan dan pembajakan merek terkenal di dunia maya sesuai dengan *Paris Convention*. Penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui Pengadilan Niaga atau arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa serta upaya lain pemerintah yaitu penandatanganan Nota Kesepahaman antara Kemenkumham dan Kominfo serta antara pemerintah dengan pemilik *marketplace* dengan melakukan penutupan situs perdagangan barang merek palsu dan bajakan. Disarankan kepada pemerintah untuk merevisi UU MIG sehingga dapat menjamin kepastian hukum kepada pemegang hak merek terkenal di dunia maya. Diharapkan kepada pelaku usaha untuk menghargai dan tidak memperdagangkan merek terkenal yang dipalsukan dan dibajak. Disarankan kepada pemerintah agar lebih tegas dan serius dalam mengoptimalkan perangkat hukum serta memberikan sosialisasi maupun edukasi ke setiap elemen masyarakat guna meminimalisir terjadinya pemalsuan dan pembajakan merek terkenal di dunia maya.

Kata Kunci: Hak Merek, Perdagangan, Dunia Maya.

Abstract - This study aims to explain the protection of counterfeit and pirated famous trademark rights in cyberspace trade, explain the obstacles and challenges for well-known brand rights holders in protecting their rights and explain dispute resolution that can be taken by the parties. The results of the study show that the protection of well-known trademark rights traded in cyberspace in the MIG Law has not provided optimal legal certainty because it has not regulated the definition of well-known marks in terms of terminology, criteria for well-known brands, and protection of well-known brand rights in cyberspace. Obstacles for well-known brand rights holders in protecting their rights are losses experienced by famous brand right holders, limitations of the state in enforcing the law, a very broad market in cyberspace, as well as public interest and the large opportunity in trade and the challenge is the government's indecisiveness in overcoming counterfeiting and piracy of well-known brands in cyberspace in accordance with the *Paris Convention*. Dispute resolution can be reached through a Commercial Court or arbitration and alternative dispute resolution as well as other government efforts, namely signing a Memorandum of Understanding between the Ministry of Law and Human Rights and the Ministry of Communication and Information and between the government and marketplace owners by closing sites trading in counterfeit and pirated brands. It is suggested to the government to revise the MIG Law so that it can guarantee legal certainty to the rights holders of well-known brands in cyberspace. It is hoped that business actors will respect and not trade well-known counterfeit and pirated brands. It is suggested to the government to be more

assertive and serious in optimizing legal instruments and providing outreach and education to every element of society in order to minimize counterfeiting and piracy of well-known brands in cyberspace.

Keywords : *Trade Rights, Commerce, Cyberspace.*

PENDAHULUAN

Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 Angka 5 UU MIG, “Hak Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang didaftarkan untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakannya sendiri atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya,” Pemerintah Indonesia memberikan perlindungan terhadap hak merek dalam rangka meningkatkan pelayanan dan memberikan kepastian hukum bagi industri, perdagangan, dan investasi dalam menghadapi perkembangan ekonomi”.

Adanya dunia maya mendorong pemerintah untuk memberikan kepastian hukum yang lebih besar untuk melindungi hak-hak masyarakat luas. Dalam hal ini, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut “UU ITE”), yang menyatakan bahwa “Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang terkandung di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Undangundang,” mengatur perlindungan hak merek di dunia maya”.

Walaupun pemegang hak merek mendapat jaminan perlindungan oleh pengaturan hukum, namun nyatanya keadaan saat ini tidak mengikuti aturan. Karena harga produk merek ternama tersebut begitu tinggi, tingkat konsumsi masyarakat berbanding terbalik dengan tingkat daya beli yang masih sangat rendah. Hal ini kemudian membuka peluang bagi pemilik usaha yang kurang memiliki integritas untuk menggunakan merek terkenal milik orang lain, terutama yang berasal dari negara lain. Misalnya, barang tiruan dari merek-merek terkenal saat ini disebut sebagai "KW", biasanya "KW 1", "KW 2", dan "KW Super", atau yang serupa.

Kasus yang berkaitan dengan pemalsuan dan pembajakan hak merek sebagai contoh adalah antara Starbucks Corporation (penggugat) dan PT. Sumatra Tobacco Trading Company (tergugat). Penggugat mengajukan gugatan atas dasar terdapat kesamaan pada pokoknya terhadap merek milik penggugat dan ada iktikad tidak baik dari tergugat dalam mendaftarkan mereknya. Gugatan penggugat ditolak oleh majelis hakim di pengadilan tingkat pertama. Setelah itu, pemohon mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung. Mahkamah Agung mengabulkan permohonan *Starbucks Corporation* berdasarkan putusan nomor 836 K/Pdt.Sus-HKI/2022 dengan alasan Starbucks adalah merek terkenal dan telah terdaftar atau mengajukan pendaftaran merek di sejumlah negara.

Keadaan seperti di atas dikhawatirkan dapat berdampak buruk bagi Indonesia dan kurangnya minat dari investor asing untuk menginvestasikan dananya ke Indonesia karena tidak adanya perlindungan hukum yang memadai bagi dirinya. Apalagi didukung dengan hadirnya dunia maya yang memberikan kemudahan akses bagi siapa saja untuk melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja. Indonesia sendiri mendapat kecaman sebagai tempat paling subur untuk pembajakan HKI terutama hak merek. Hal ini menyebabkan Indonesia pernah ditempatkan pada peringkat *priority watch list* oleh *United States Trade Representative (USTR)*.¹

Berdasarkan fakta-fakta masalah yang telah diuraikan di atas, maka penelitian dengan judul “Perlindungan Pemegang Hak Merek Terkenal yang Dipalsukan dan Dibajak dalam Perdagangan di Dunia Maya” penting diteliti dalam bentuk skripsi. Adapun identifikasi masalah penelitian ini yakni:

1. Bagaimana analisis perlindungan terhadap hak merek terkenal yang dipalsukan dan dibajak serta diperdagangkan di dunia maya dan kepastian hukumnya berdasarkan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Apakah yang menjadi hambatan dan tantangan bagi pemegang hak merek terkenal dalam melindungi haknya dari tindakan pemalsuan dan pembajakan dalam perdagangan di dunia maya?
3. Bagaimanakah penyelesaian yang dapat ditempuh para pihak dalam sengketa perdagangan pemalsuan dan pembajakan hak merek terkenal di dunia maya

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Untuk mengkaji bagaimana Undang-Undang MIG menangani tindakan pelanggaran merek dagang, seperti pemalsuan perdagangan dan pembajakan merek dagang yang terkenal di dunia maya, digunakan metode pendekatan undang-undang dan pendekatan analisis. Pendekatan perundang-undangan merupakan strategi kajian yang mendasarkan analisisnya pada peraturan perundang-undangan.²

¹ Achmad Zen Umar Purba. *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, Bandung: Penerbit P.T. Alumni, 2005, hlm. 9.

² Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Bayumedia Publishing, hlm.300.

2. Tahap Penelitian dan Bahan Penelitian

Adapun Tahap dalam penelitian ini yaitu bersumber dari data di lapangan yang diperoleh langsung melalui pihak yang akan diwawancarai dan penelitian kepustakaan yang bersumber dari buku, peraturan perundang-undangan, hasil penelitian dan dokumen resmi.

Kajian utama dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier serta didukung dengan data non-hukum yaitu wawancara dengan narasumber yang ada di Banda Aceh.

Adapun wawancara untuk memperoleh informasi yang memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan dengan narasumber, antara lain sebagai berikut:

1. Pimpinan dan/atau staf Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Aceh;
2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan bidang Perlindungan Konsumen.
3. Akademisi terkait;
4. Konsumen yang menggunakan; dan
5. Pelaku usaha.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Perlindungan terhadap Pemegang Hak Merek Terkenal yang Dipalsukan dan Dibajak serta Diperdagangkan di Dunia Maya dan Kepastian Hukumnya Berdasarkan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) Pasal 25 mengatur bahwa “Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang terkandung di dalamnya dilindungi sebagai Kekayaan Intelektual Hak berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan” yang mengatur tentang perlindungan pemegang hak atas merek-merek terkenal di dunia maya.”

Pemegang hak merek terkenal dalam bertransaksi online juga dilindungi oleh Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disebut PP PMSE). “Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PMSE adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui rangkaian alat dan proses elektronik,” bunyi Pasal 1 angka 2 sebagai pengertian perdagangan di dunia maya. Naskah lengkap Pasal 13 ayat (1) huruf b dan ayat (2) tentang perlindungan merek terkenal adalah sebagai berikut:

- (1) Dalam setiap PMSE, Pelaku Usaha wajib:
 - b. menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan terhadap Barang dan/atau Jasa yang diperdagangkan termasuk Sistem Elektronik yang digunakan sesuai karakteristik fungsi dan perannya dalam transaksi tersebut;
- (2) Informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b paling sedikit mengenai:
 - a. kebenaran dan keakuratan informasi;
 - b. kesesuaian antara informasi iklan dan fisik Barang;
 - c. kelayakan konsumsi Barang atau Jasa;
 - d. legalitas Barang atau Jasa; dan
 - e. kualitas, harga, dan aksesabilitas Barang atau Jasa.

Pelaku bisnis harus memberikan informasi yang akurat, jujur, dan transparan tentang produk yang diperdagangkan. Ditemukan selama penelitian bahwa pelaku usaha tidak memperhatikan hal ini karena faktor yang paling terpenting adalah barang terjual dan menghasilkan keuntungan.

2. Hambatan dan Tantangan bagi Pemegang Hak Merek Terkenal dalam Melindungi Haknya dari Tindakan Pemalsuan dan Pembajakan di Dunia Maya

Praktik Hambatan dan tantangan yang ditemukan bagi pemegang hak merek terkenal dalam melindungi haknya dari tindakan pemalsuan dan pembajakan di dunia maya terjadi karena faktor internal maupun eksternal sebagai berikut:

1. Faktor Internal

a. Kerugian yang Dialami Pemegang Hak Merek Terkenal

Merek merupakan sebuah aspek yang diperlukan untuk meningkatkan perekonomian. Suatu jasa maupun barang mendapat keuntungan yang besar salah satunya dari merek yang melekat padanya. Pemegang hak merek terkenal menyatakan bahwa merek terkenal tidak mengalami kerugian secara materiil, karena merek-merek terkenal pada dasarnya memiliki pasar tersendiri.³ Suatu barang dengan merek yang dipalsukan dan dibajak dalam perdagangan di dunia maya dijual dengan kualitas harga yang jauh lebih murah.

Sepanjang penelitian ditemukan bahwa saat ini tidak hanya merek-merek terkenal yang dipalsukan dan dibajak, merek-merek dalam negeri seperti Eiger, Button Scarves, Kopi Ulee Kareng, Dian Pelangi, dan NaPocut turut menjadi sasaran pemalsuan dan pembajakan.

³ Edo Sutianto, *Manager Merek Hugo Boss, Wawancara*, 24 November 2022.

b. Keterbatasan Negara dalam Melakukan Penegakan Hukum

Sepanjang penelitian, baik pemegang maupun penerima lisensi hak merek terkenal di Indonesia saat ini belum pernah melakukan gugatan ke Pengadilan Niaga maupun arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa lainnya terkait merek yang dipalsukan dan dibajak serta diperdagangkan di dunia maya. Namun terdapat banyak gugatan diajukan terhadap merek yang terdaftar di Indonesia yang mempunyai kesamaan pada sebagian atau seluruh dengan merek terkenal tanpa sepengetahuan pemegang hak merek terkenal.

Hambatan lain adalah tidak dimungkinkannya penertiban terhadap pelaku usaha yang melakukan pemalsuan dan pembajakan hak merek di dunia maya karena hampir 70% pelaku usaha memperdagangkan produk yang dipalsukan dan dibajak dari merek terkenal. Jika dilakukan penertiban maka sebagian besar pelaku usaha akan kehilangan mata pencahariannya.⁴

c. Pasar yang Sangat Luas dalam Dunia Maya

Masyarakat Indonesia banyak yang memanfaatkan lokapasar (*marketplace*) untuk membeli berbagai macam keinginan dan kebutuhan. Pertumbuhan dunia maya sangat pesat, terutama 4 tahun terakhir yang peningkatannya mencapai 500%.

Keadaan tersebut menambah kesulitan bagi para pemegang hak merek karena luasnya pasar yang harus dijangkau ketika hendak melakukan gugatan terhadap pihak yang melanggar haknya. Pemegang hak merek harus menelusuri satu per satu pelanggar haknya di dunia maya lalu melakukan gugatan maupun menyelesaikan sengketa melalui arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa lainnya. Mekanisme ini membutuhkan waktu dan biaya yang tidak sedikit sehingga dianggap memberatkan pemegang hak merek terkenal.

d. Minat Masyarakat dan Besarnya Peluang dalam Perdagangan

Minat masyarakat dalam membeli barang dengan merek terkenal menambah peluang bagi pelaku usaha untuk memperdagangkan produk merek terkenal yang dipalsukan dan dibajak. Budaya konsumtif masyarakat Indonesia dan keinginan tinggi untuk terus mengikuti *trend fashion* menjadi salah satu pendorong untuk menoleransi perbuatan pemalsuan dan pembajakan terhadap merek-merek terkenal yang diperdagangkan di dunia maya saat ini. Kemudahan peredaran karena tidak adanya suatu tindakan tegas secara langsung juga menjadi pemicu pemalsuan dan pembajakan merek terkenal terus terjadi. Padahal perbuatan tersebut ditentang oleh pemegang hak merek maupun negara.

⁴ Reza Nazriandi, Analisis Permohonan dan PPNS Kekayaan Intelektual Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, *Wawancara*, 19 Desember 2022.

2. Faktor Eksternal

a. Ketidaktegasan Pemerintah dalam Mengatasi Pemalsuan dan Pembajakan Merek Terkenal Di Dunia Maya Berdasarkan *Paris Convention* dan *TRIPs*

Banyak kejadian pendaftaran merek yang secara konsep atau fisik identik dengan merek terkenal tetapi telah diberikan sertifikat hak milik oleh DJKI telah terjadi di Indonesia. Sebagai ilustrasi, perhatikan kasus sengketa merek SUPERMAN antara DC Comics (Penggugat) dan PT. Marxing Fam Makmur (Tergugat), Nomor 29/Pdt.Sus/Merek/2019/PN Niaga JKt.PSt., yang pada pokoknya menetapkan merek SUPERMAN Penggugat telah terdaftar di Indonesia dan merupakan mereknya yang terkenal, merek SUPERMAN milik Tergugat dibatalkan karena didaftarkan atas dasar unsur dari.

Pendaftaran merek yang sama seperti merek terkenal dapat terjadi karena tidak adanya keberatan dari pemegang hak merek terkenal pada saat merek palsu tersebut didaftarkan.⁵ Padahal tidak mungkin seorang pemegang hak merek terkenal melakukan pengecekan secara berkala terhadap media-media pendaftaran merek di negara lain. Hal ini seharusnya menjadi perhatian bagi DJKI dalam hal menerbitkan sertifikat merek untuk tidak bekerja secara pasif dan menunggu keberatan dari pihak yang mereknya sudah terdaftar atau terkenal.

3. Penyelesaian yang dapat Ditempuh Para Pihak dalam Sengketa Perdagangan Pemalsuan dan Pembajakan Merek Terkenal di Dunia Maya

Dalam Perlindungan hukum terhadap hak merek terkenal tidak terlepas dari adanya kesadaran dan pemahaman hukum terutama kepada masyarakat, karena suatu peraturan tidak hanya ditujukan kepada penegak hukum saja namun juga kesadaran seluruh elemen yang terkait sehingga peraturan tersebut memperoleh keberhasilan.

Upaya yang dapat dilakukan tidak hanya dengan membuat sebuah aturan untuk melindungi tetapi diperlukan upaya pendukung untuk menunjang, seperti:

1. Upaya Pencegahan

- a. Memberikan pemberitahuan kepada pemegang hak merek terkenal terkait mereknya yang dipalsukan dan dibajak.
- b. Sosialisasi dan penyuluhan terkait peraturan hukum kepada pelaku usaha.
- c. Sosialisasi dan penyuluhan terkait membangun merek sendiri sehingga lebih terjamin kepastian hukum terhadapnya.

⁵ Reza Nazriandi, Analisis Permohonan dan PPNS Kekayaan Intelektual Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, *Wawancara*, 19 Desember 2022.

- d. Pemberian edukasi kepada masyarakat untuk menghargai dan tidak membeli barang-barang merek terkenal yang dipalsukan dan dibajak dalam perdagangan di dunia maya.
 - e. Pemegang hak merek terkenal diperlukan untuk memperhatikan peredaran mereknya diperdagangkan sehingga meminimalisir terjadinya pemalsuan dan pembajakan merek terkenal dalam perdagangan di dunia maya.
2. Upaya tindakan hukum
- a. Memberikan sanksi hukum terhadap pelaku pemalsuan dan pembajakan merek terkenal di dunia maya.
 - b. Melakukan penghentian peredaran barang atas merek terkenal yang dipalsukan dan dibajak.
 - c. Pemeriksaan secara rutin pada *marketplace* yang memperdagangkan merek terkenal yang dipalsukan dan dibajak.

Penyelesaian sengketa oleh DJKI dilaksanakan salah satunya pada tanggal 15 November 2022 karena adanya 2 (dua) laporan pengaduan dari pemegang hak merek terkait tas merek Longchamp pada Januari 2021. Atas laporan ini dilakukan penindakan pelanggaran merek dan olah Tempat Kejadian Perkara (TKP) di Kawasan Ciledug dan Pasar Senen, Jakarta. Dari hasil olah TKP, DJKI menyita barang bukti berupa 127 buah tas Longchamp palsu. Penyelesaian sengketa antara pemegang maupun penerima lisensi hak merek terkenal dengan pelaku usaha atau produsen yang memalsukan dan membajak merek terkenal di dunia maya sampai saat ini belum ditemukan.

KESIMPULAN

UU MIG belum memberi kepastian hukum secara optimal karena belum mengatur terminologi merek terkenal dan kriteria dari merek terkenal tersebut. Kriteria merek terkenal ditemukan dalam Permenkumham tentang Merek dalam namun masih menimbulkan multitafsir dalam aturan tersebut. Indonesia terikat dengan *Paris Convention* dan *TRIPs* sehingga pemalsuan dan pembajakan merek terkenal di dunia maya harusnya menjadi perhatian yang sangat serius dari pemerintah dan pelaku usaha serta masyarakat luas. Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Pasal 25 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Pasal 13 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik merupakan pengaturan tambahan yang dibuat terkait dengan perlindungan hak merek terkenal di dunia maya.

Hambatan dan tantangan yang bagi pemegang hak merek terkenal dalam melindungi haknya dari tindakan pemalsuan dan pembajakan di dunia maya dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang menjadi hambatan adalah kerugian yang dialami pemegang hak merek terkenal, keterbatasan negara dalam melakukan penegakan hukum, pasar yang sangat luas di dalam dunia maya, dan besarnya peluang dalam perdagangan. Faktor eksternal yang menjadi tantangan adalah ketidaktegasan pemerintah dalam mengatasi pemalsuan dan pembajakan merek terkenal di dunia maya berdasarkan *Paris Convention* dan *TRIPs*.

Penyelesaian yang dapat ditempuh para pihak dalam sengketa perdagangan pemalsuan dan pembajakan hak merek terkenal di dunia maya adalah melalui Pengadilan Niaga sebagaimana Pasal 83 UU MIG dan melalui arbitrase maupun alternatif penyelesaian sengketa sebagaimana diatur dalam Pasal 93 UU MIG. Pemerintah juga mengatur penegakan hukum dalam ranah pidana sebagaimana dalam Pasal 99 UU MIG berupa aduan kepada Penyidik Polri maupun PPNS DJKI. Upaya lain yang dapat menunjang adalah penandatanganan Nota Kesepahaman antara Kemenkumham dan Kominfo serta antara Pemerintah dengan pemilik *marketplace* dengan melakukan penutupan situs perdagangan barang merek palsu dan bajakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Zen Umar Purba. *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, Bandung: Penerbit P.T. Alumni, 2005.
- Andre Asmara, Sri Walny Rahayu, dan Sanusi Bintang, “Studi Kasus Penerapan Prinsip Pendaftaran *First to File* pada Pembatalan Merek Cap Mawar (Putusan Mari Nomor: 512K/PDT.SUS-HKI/2016)”, *Syiah Kuala Law Journal*, Banda Aceh: Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala, Vol.3 No.2, hlm.186, 2009.
- CNN Indonesia, “Pelanggaran Merek Paling Banyak Diadukan ke Kemenkumham”, (2021) <<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20191231141341-185-461331/pelanggaranmerek-paling-banyak-diadukan-ke-kemenkumham>> [diakses pada 15/10/22].
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum & HAM RI, “Minimalisir Pelanggaran Kekayaan Intelektuan, DJKI Lakukan Langkah Preventif dan Represif”, (2022) <<https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel/minimalisir-pelanggaran-kekayaanintelektual-djki-lakukan-langkah-preventif-dan-represif?kategori=agenda-ki>> [diakses pada 14/10/22].
- Edo Sutianto, *Manager Merek Hugo Boss*, *Wawancara*, 24 November 2022.
- Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Bayumedia Publishing.

Mariati Tirta Wijaya, “Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Konsumen Lazada di Kota Sukabumi”, *Jurnal. Sukabumi*, hlm. 152, 2021.

Reza Nazriandi, Analisis Permohonan dan PPNS Kekayaan Intelektual Kantor Wilayah Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia, *Wawancara*, 19 Desember 2022.