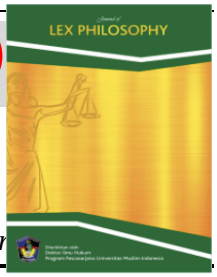
Journal of Lex Philosophy (JLP)
Volume 5, Nomor 2, Desember 2024
P-ISSN: 2722-1237, E-ISSN: 2722-2020
Website: http: pasca-umi.ac.id/index.php/jlp
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licer



Pelaksanaan Perlindungan Hukum Atas Merek Terdaftar Produk Industri Kosmetik

Novianti S. Labolo [1], La Ode Husen[2] & Aan Aswari[2]

[1]*Magister Ilmu Hukum, Universitas Muslim Indonesia*
[2]*Fakultas Hukum, Universitas Muslim Indonesi*
[*]*Koresponden Penulis, E-mail*: novianti.labolo@umi.ac.id

Submitted: 12 Nopember 2024; Revised: 11 Desember 2024; Accepted: 30 Desember 2024

ABSTRAK
Tujuan penelitian menganalisis pelaksanaan perlindungan hukum atas merek terdaftar dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perlindungan hukum atas merek terdaftar produk industri kosmetik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan perlindungan hukum atas merek terdaftar yaitu untuk menghindari praktek-praktek yang tidak jujur dan memberikan perlindungan hukum kepada pemilik atau pemegang merek serta konsumen maka Negara mengatur perlindungan merek dalam suatu hukum merek dan selalu disesuaikan dengan perkembangan-perkembangan yang terjadi di dunia perdagangan internasional yang tujuannya adalah mengakomodasikan semua kepentingan-kepentingan yang ada guna menciptakan suatu perlindungan hukum. Sedangkan beberapa faktor yang mempengaruhi perlindungan hukum atas merek diantaranya kurangnya pemahaman masyarakat terhadap undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis, juga penegak hukumnya masih kurang maksimal dalam melaksanakan sosialisasi kemasyarakat/pelaku UMKM.

Kata Kunci: *Perlindungan; Merk; Kosmetik*

ABSTRACT
The research objective is to analyze the implementation of legal protection for registered brands and to determine the factors that influence legal protection for registered brands for cosmetic industry products. The results of this research indicate that the implementation of legal protection for registered marks is to avoid dishonest practices and provide legal protection to brand owners or holders as well as consumers, so the State regulates brand protection in a brand law and is always adjusted to developments occurring in the country. the world of international trade whose aim is to accommodate all existing interests in order to create legal protection. Meanwhile, several factors that influence the legal protection of brands include a lack of public understanding of Law Number 20 of 2016 concerning brands and geographical indications, and law enforcement is still not optimal in carrying out outreach to the community/UMKM actors.

Keywords: *Protection; Brand; Cosmetics*

PENDAHULUAN

Dalam realita kehidupan masyarakat modern, dimana sektor ekonomi dan perdagangan memegang peranan penting dalam struktur kehidupan masyarakat, seringkali masyarakat harus menghadapi problematika Hak Kekayaan Intelektual *(Intellectual Property Rights)* berupa pelanggaran hak atas merek (Semaun, 2016). Suatu hal yang mutlak dan harus dilakukan adalah mengadakan perlindungan serta penegakan hukum terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual berupa Hak atas merek dan dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual lainnya, misalnya hak cipta. Pada merek ada unsur ciptaan, misalnya design logo atau huruf (Mahfuz, 2020). Ada hak cipta dalam bidang seni, namun dalam hak merek bukan hak cipta dalam bidang seni yang dilindungi tetapi mereknya itu sendiri dan hak merek itu terbatas hanya pada penggunaan atau pemakaiannya pada produk-produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomis (Arifin & Iqbal, 2020).

Perlindungan dan penegakan hukum atas Hak-hak tersebut ditujukan untuk memacu penemuan baru dibidang teknologi dengan memperhatikan kepentingan produsen dan konsumen (Nabfahrin, 2024). Merek bagi produsen merupakan citra sekaligus nama baik bagi perusahaan, selain itu juga merupakan bagian dari stategi bisnis. Tidak ada seorang produsen yang tidak menggunakan merek sebagai identitas atas barang yang diproduksinya atau jasa yang diberikan (Faizal & Nurjanah, 2019). Identitas yang diwujudkan dalam merek tersebut merupakan pengenal dan sekaligus pembeda antara merek suatu perusahaan tertentu dengan merek perusahaan yang lainnya (Murjiyanto & Hidayat, 2021). Dalam dunia perdagangan, merek sebagai salah satu bentuk HAKI telah digunakan ratusan tahun yang lalu dan mempunyai peranan yang penting karena merek digunakan untuk membedakan asal usul mengenai produk barang dan jasa, kualitas dan reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu (Serlia, 2022).

Perlindungan merek di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini memberikan dasar hukum bagi pemilik merek untuk melindungi hak-haknya dan mengambil tindakan hukum terhadap pihak-pihak yang melanggar (Chandra, Santoso & Sukma, 2020). Namun, meskipun telah ada kerangka hukum yang mengatur perlindungan merek, masih banyak perusahaan kosmetik yang menghadapi berbagai tantangan dalam menegakkan hak atas merek mereka (Zuleika, *et, al,* 2024).

Pelaksanaan perlindungan hukum atas merek terdaftar merupakan aspek yang sangat penting dalam industri kosmetik. Merek terdaftar tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing produk di pasar. Dengan adanya perlindungan hukum yang kuat, perusahaan kosmetik dapat melindungi merek mereka dari berbagai bentuk pelanggaran dan pemalsuan yang dapat merugikan baik perusahaan maupun konsumen (Ramadhan, *et, al,* 2024).

Merek digunakan untuk membedakan barang atau produksi satu perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lain yang sejenis. Dengan kata lain merek adalah tanda pengenal asal barang dan jasa bersangkutan dengan produsennya, sehingga menggambarkan jaminan kepribadian (*individuality*) dari barang dan jasa hasil usahanya sewaktu diperdagangkan (Atmoko, 2019).

Hak atas merek adalah hak yang bersifat khusus (*exclusive*) yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin pada orang lain untuk menggunakannya (Asmara, Rahayu & Bintang, 2019). Pemberian hak khusus oleh negara tersebut, membawa konsekuensi bahwa untuk mendapatkannya harus melalui mekanisme pendaftaran, sehingga sifat pendaftaran adalah wajib *(compulsory).* Agar hak merek tersebut mendapat perlindungan dan pengakuan dari negara, maka pemilik merek harus mendaftarkannya pada negara. Jika suatu merek tidak didaftarkan, maka merek tersebut tidak akan dilindungi oleh negara. Konsekuensinya merek tersebut dapat digunakan oleh setiap orang (Harahap & Pratiwi, 2023).

Strategi bisnis tidak lagi memecahkan persoalan tentang bagaimana memasarkan suatu produk barang atau jasa dengan baik atau menentukan kualitas yang memiliki standar yang tepat, tetapi juga bagaimana suatu merek barang atau jasa dapat diproteksi dari kompetitor lainnya. Oleh karena itu kompetisi dalam bisnis tidak hanya berupaya bagaimana merebut konsumen, tetapi juga berkompetisi untuk segera mengajukan pendaftaran merek atas setiap produk barang atau jasa. Merek dengan nama yang menarik, mudah dikenal dan diingat tentunya sangat diminati oleh para produsen agar produk barang/jasa miliknya juga mudah diingat dan dikenali oleh konsumen.

Sebagai isu internasional, merek berkembang dengan pesat. Bahkan, merek dari masyarakat cenderung dijadikan pembicaraan terus-menerus, baik ditingkat nasional maupun internasional. Sayangnya pelanggaran merek masih saja terus terjadi. Oleh karena itu, harus disadari oleh kita semua bahwa merek merupakan kreasi olah pikir manusia yang perlu diberi perlindungan hukum.

Perkembangan dalam dunia bisnis yang menyangkut masalah merek seperti tersebut diatas, hal tersebut sebenarnya sangat memerlukan perhatian besar dari pemerintah untuk memberikan perlindungan hukum. Salah satu wujud perlindungan hukum yang dapat diberikan adalah pengaturan yang memadai tentang merek. Wujud lain perlindungan hukum dapat juga diperoleh dalam proses penegakan hukum.

Merek mempunyai peranan dalam suatu produk selain untuk memperkenalkan produk dari suatu perusahaan karena merek berfungsi sebagai daya pembeda *(distinctiveness)* suatu barang dan/atau jasa yang mempunyai kriteria dalam kelas barang dan/atau jasa sejenis yang di produksi suatu perusahaan yang berbeda. Kedudukan suatu merek dipengaruhi oleh mutu yang dihasilkan suatu perusahaan. Merek juga digunakan 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, dan seringkali merek-lah yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut (Arista & Astuti, 2011).

Perkara-perkara merek di Indonesia cenderung didominasi oleh pelanggaran terhadap merek-merek terkenal, namun demikan tidak berarti tidak ada merek lokal yang digunakan secara melawan hukum oleh pihak lain yang juga pengusaha lokal, misalnya merek STMJ dan esteemje milik PT Sido Muncul telah dipergunakan oleh pihak lain secara melawan hukum. Bahkan sekarang ini telah berkembang cara pelanggaran hukum yang lain dalam bentuk meniru sebagaian atau keseluruhan

kemasan yang sudah terkenal, seperti produk minuman jus, sirup dari daging lidah buaya yang bermerek Kavera.

Pelanggaran terhadap merek terdaftar tidak hanya dilakukan dengan modus memalsukan barang yang menyerupai aslinya baik itu barang/jasa melainkan juga terhadap nama merek terdaftar. Sebagai contoh dugaan tindak pidana dengan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dan/atau mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 ayat (1) dan/atau ayat (2) dan/atau 102 UU RI Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Perbuatan ini tidak hanya merugikan masyarakat dan konsumen tetapi juga merugikan produsen asli merek terdaftar tersebut.

Beberapa tantangan tersebut meliputi kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya pendaftaran merek, proses hukum yang panjang dan kompleks, serta biaya yang tidak sedikit. Selain itu, penegakan hukum yang belum maksimal juga menjadi hambatan bagi perusahaan dalam melindungi merek mereka. Kasus-kasus pemalsuan produk kosmetik yang marak terjadi menunjukkan bahwa masih ada celah dalam sistem perlindungan hukum yang ada (Limanto, Eugenia & Tedjokusumo, 2024).

Dalam konteks global, merek memiliki peranan penting dalam ekonomi dan perdagangan internasional. Perlindungan merek yang efektif tidak hanya melindungi pemilik merek dari kerugian finansial, tetapi juga melindungi konsumen dari produk-produk palsu yang mungkin berbahaya bagi kesehatan. Oleh karena itu, penelitian ini sangat relevan untuk mengkaji pelaksanaan perlindungan hukum atas merek terdaftar dalam industri kosmetik, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh perusahaan kosmetik, dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan perlindungan hukum atas merek dalam industri ini.

METODE PENELITIAN

Tipe Penelitian ini menggunakan desain studi kasus kualitatif bersifat empiris dari lapangan**.** Desain studi kasus memungkinkan eksplorasi mendalam tentang fenomena yang kompleks dalam konteks nyata, khususnya pelanggaran dan pelaksanaan perlindungan hukum atas merek terdaftar produk industri kosmetik. Lokasi penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan di Wilayah Sentra HKI di Kota Makassar. Hal ini dilakukan dengan alasan bahwa lokasi penelitian ini berada di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan.

PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Atas Merek Berdasarkan Produk Industri Kosmetik.

Merek mempunyai fungsi untuk memberi tanda pengenal barang, guna membedakan barang seseorang atau perusahaan dengan barang orang atau perusahaan lain. Disamping itu ada tujuan-tujuan lain dilihat dari pihak produsen, pedagang dan konsumen. Dari pihak produsen, merek digunakan untuk jaminan nilai hasil produksi, khususnya mengenai kualitas, kemudahan pemakaiannya atau hal-hal yang pada umumnya berkenaan dengan teknologinya. Bagi pedagang, merek digunakan untuk mempromosikan barang-barang dagangannya guna mencari

meluaskan pasaran. Dari pihak konsumen, merek diperlukan untuk mengadakan pilihan terhadap barang yang akan dibeli.

Pengertian dan makna merek itu sendiri terus mengalami perkembangan jaman dengan menyesuaikan era globalisasi dan semakin berkembangnya teknologi. Pengertian merek menurut Undang-undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek 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 dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa.

Sedangkan pengertian merek menurut Undang-undang No 15 Tahun 2001, merek adalah Tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf–huruf, angka–angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur tersebut, yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Adanya perubahan dari istilah merek menurut undang-undang sebagai salah satu upaya dari para pembuat undang-undang dalam mengantisipasi perkembangan teknologi yang semakin cepat. Era 4.0 ini teknologi dimanfaatkan untuk menciptakan dan mengembangkan merek.

Pengaturan perlindungan merek di Indonesia sudah ada sejak jaman Belanda yaitu dengan berlakunya *Reglemen Industriele Eigendom (RIE)* sesuai dengan *Staatblad* 1912 Nomor 545 jo *Staatblad* 1913 Nomor 214. Setelah memasuki masa penjajahan Jepang lahir pearturan yang mengatur tentang merek yang disebut Osamu Seire Nomor 30 tentang Pendaftaran Cap Dagang. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan, undang undang itu diterbitkan dalam upaya pemerintah untuk melindungi masyarakat dari barang bajakan dan tiruan. Selanjutnya pada tanggal 10 Mei 1979 Indonesia meratifikasi Konvensi Paris, *Paris Convention for the Protection of Industrial Property (Stockholm Revision* 1967) sesuai dengan Keputusan Presiden No. 24 Tahun 1979.

Karena Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan dianggap sudah tidak sesuai dengan perkembangan jaman pada saat itu, pemerintah pada tanggal 28 Agustus 1992 mengesahkan UU No. 19 tahun 1992 tentang Merek (UU Merek 1992), yang mulai berlaku tanggal 1 April 1993. Selanjutnya pada tanggal 15 April 1994 Pemerintah RI menandatangani *Final Act Embodying the Result of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations, yang mencakup Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Persetujuan TRIPS).

Pendaftaran merek bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas merek. Pendaftaran merek dilakukan pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Direktorat Jenderal HKI adalah instansi pendaftaran merek yang ditugaskan untuk mendaftarkan merek yang dimohonkan pendaftarannya oleh pemilik merek.6 Sekarang ini Direktorat Jenderal Hak Atas Kekayaan Intelektual telah berubah penyebutannya menjadi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual atau disingkat dengan DJKI.

Pendaftaran merek merupakan alat bukti yang sah atas merek terdaftar. Pendaftaran merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama

keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis. Pendaftaran merek sebagai dasar mencegah orang lain memakai merek yang sama pada pokoknya atau secara keseluruhan dalam peredaran barang atau jasa.

Merek mempunyai peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan penanaman modal. Merek dengan brand imagenya dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas dari suatu produk, sebab merek menjadi semacam "penjual awal" bagi suatu produk kepada konsumen. Dalam era persaingan saat ini memang tidak dapat dibatasi lagi masuknya produk-produk dari luar negeri ke dalam negeri, ataupun sebaliknya dari dalam negeri ke luar negeri. Merek sebagai aset perusahaan akan dapat menghasilkan keuntungan besar bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan pengelolaan manajemen yang baik. Dengan semakin pentingnya peranan merek ini maka terhadap merek perlu diletakan perlindungan hukum yakni sebagai obyek yang terhadapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak **Johan Komala Siswoyo,** selaku Analis Kekayaan Intelektual, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kemenkumham RI, mengatakan bahwa di Indonesia hak atas merek didasarkan atas pemakaian pertama dari merek tersebut. Bagi mereka yang mendaftarkan mereknya dianggap oleh undang-undang sebagai pemakai merek pertama dari merek tersebut kecuali kalau dapat dibuktikan lain dan dianggap sebagai yang berhak atas merek yang bersangkutan. Tujuan dari pendaftaran merek adalah memberikan perlindungan untuk pendaftaran merek tersebut yang oleh undang-undang dianggap sebagai pemakai pertama terhadap pemakaian tidak sah oleh pihak-pihak lain.

Keberhasilan penegakan hukum merek tidak akan dapat tercapai dengan hanya mengandalkan undang-undang yang mengatur permasalahan merek semata. Keberhasilan penegakan hukum merek memerlukan dukungan dari unsur-unsur ain khususnya lembaga/badan yang bergerak dalam bidang merek. Perlindungan hukum terhadap merek dagang terdaftar mutlak diberikan oleh pemerintah kepada pemegang dan pemakai hak atas merek untuk menjamin:

1. Kepastian berusaha bagi para produsen; dan
2. Menarik investor bagi merek dagang asing, sedangkan perlindungan hukum yang diberikan kepada merek dagang lokal diharapkan agar pada suatu saat dapat berkembang secara meluas di dunia internasional.

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 untuk melindungi produk yang dipasarkan dari berbagai tindakan melawan hukum pada akhirnya merupakan kebutuhan untuk melindungi merek tersebut. Adapun bentuk perlindungan hukum atas merek yang dapat diuraikan adalah bentuk perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.

Perlindungan hukum preventif merupakan sebuah bentuk perlindungan yang mengarah pada tindakan yang bersifat pencegahan. Tujuannya adalah

meminimalisasi peluang terjadinya pelanggaran merek dagang. Langkah ini difokuskan pada pengawasan pemakaian merek, perlindungan terhadap hak eksklusif pemegang hak atas merek dagang terkenal asing, dan anjuran-anjuran kepada pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya agar haknya terlindungi.

Menurut Pasal 2 ayat 3 Undang-Undang No 20 Tahun 2016, Merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/ atau 3 (tiga) dimerisi, suara, hologram, atau kornbinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak **Johan Komala Siswoyo,** selaku Analis Kekayaan Intelektual, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kemenkumham RI, mengatakan bahwa Pasal 35 UU No. 20 Tahun 2016 menyebutkan bahwa merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan atau diajukannya permohonan dan jangka waktu pelindungan itu dapat diperpanjang dan dapat diperpanjang dengan jangka waktu yang sama. Pelaksanaan pendaftaran dan perpanjangan merek terdaftar dapat dilakukan secara eletronik dan non elektronik sebagai upaya dari pemerintah untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan pendaftaran merek.

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam upaya preventif adalah:

1. Faktor Hukum
   Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis bertujuan untuk lebih memberikan perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek dagang terkenal asing,
2. Faktor Aparat Direktorat Merek
   Aparat Direktorat Merek, Direktorat Jenderal HKI bertugas untuk memeriksa permohonan pendaftaran merek. Hal yang paling mendasar yang perlu dicermati oleh aparat Direktorat Merek seperti, Terjadinya pendaftaran suatu merek tertentu yang sama dan menyerupai dengan merek terkenal milik pihak lain dapat terjadi, salah satunya disebabkan kelemahan dari aparat Direktorat Merek dalam melakukan proses filterisasi di awal pengajuan merek tersebut oleh masyarakat. Hal lain juga termasuk Penguasaan bahasa asing di lingkungan aparat Direktorat Merek perlu terus ditingkatkan, persoalan ini menjadi problematika tersendiri ketika dilakukan pemeriksaan merek, penguasaan teknologi di era sekarang ini juga harus menjadi bahan perhatian serius Direktorat Merek seperti Penggunaan internet online kepada masyarakat tentunya sangat memudahkan bagi pihak yang ingin melakukan pendaftaran merek untuk segera dapat mengetahui apakah merek yang akan didaftarkannya tersebut telah dimiliki oleh pihak lain atau belum.

Pengertian perlindungan hukum represif adalah perlindungan yang dilakukan untuk menyelesaikan atau menanggulangi suatu peristiwa atau kejadian yang terjadi, yaitu berupa pelanggaran hak atas merek. Tentunya dengan demikian peranan lebih besar berada pada lembaga peradilan dan aparat penegak hukum lainnya seperti Kepolisian, Pejabat Pegawai Negeri Sipil (PPNS), dan Kejaksaan untuk melakukan penindakan terhadap pelanggaran merek.

Dalam perlindungan hukum yang sifatnya represif, maka pemberian sanksi yang jelas dan tegas bagi pelaku pelanggaran merek sesuai dengan Undang-Undang Merek yang berlaku, juga harus dilaksanakan oleh aparat penegak hukum secara konsisten. Ini akan memberikan jaminan kepastian hukum khususnya bagi pemegang hak atas merek dagang terkenal asing di Indonesia.

Perlindungan hukum yang bersifat represif dilakukan jika terjadi pelanggaran hak atas merek melalui gugatan perdata dan atau tuntutan pidana. Bahwa pemilik merek terdaftar mendapat perlindungan hukum atas pelanggaran hak atas merek baik dalam wujud gugatan ganti rugi atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut maupun berdasarkan tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum. Pemilik merek terdaftar juga memiliki hak untuk mengajukan permohonan pembatalan pendaftaran merek terhadap merek yang ia miliki yang didaftarkan orang lain secara tanpa hak. Turut-sertanya Indonesia dalam era globalisasi menimbulkan tingkat persaingan yang semakin meninggi. Dalam persaingan usaha yang cukup ketat, timbul banyak kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menjatuhkan kompetitor usahanya, misalnya dengan melakukan pemalsuan merek. Hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik merek yang sebenarnya apabila kualitas yang dijual tidak sama dengan kualitas produk yang asli. Selain itu juga menimbulkan kebingungan bagi masyarakat luas.

Menurut Zen Umar Purba, alasan mengapa Hak Karya Inteletual (HKI) perlu dilindungi oleh hukum sebagai berikut:

1. Alasan yang "bersifat non ekonomis", menyatakan bahwa pelindungan hukum akan memacu mereka yang menghasilkan karya-karya intelektual tersebut untuk terus melakukan kreativitas intelektual. Hal ini akan meningkatkan self actualization pada diri manusia. Bagi masyarakat hal ini akan berguna untuk meningkatkan perkembangan hidup mereka;
2. Alasan yang "bersifat ekonomis", adalah untuk melindungi mereka yang melahirkan karya intelektual tersebut berarti yang melahirkan karya tersebut mendapat keuntungan materiil dari karya-karyanya. Di lain pihak melindungi mereka dari adanya peniruan, pembajakan, penjiplakan maupun perbuatan curang lainnya yang dilakukan oleh orang lain atas karya-karya yang berhak.

Adanya pelanggaran merek yang dilakukan oleh pihak-pihak yang beritikad tidak baik dan tidak bertanggung jawab terhadap merek terkenal yang dilanggarnya, tentu akan menimbulkan kerugian yang dirasakan oleh produsen atau pengusaha pemegang hak atas merek yang terkenal. Sebagai pihak yang dirugikan, tentu pemegang hak atas merek terkenal akan menempuh jalur hukum untuk menyelesaikan kasus pelanggaran merek. Hal tersebut bertujuan agar pelaku pelanggaran merek tidak akan lagi memakai merek yang menyerupai pada pokoknya atau keseluruhannya dari merek terkenal atau bahkan menghentikan aktivitas produksinya. Perbuatan pelanggaran merek selain diatur di dalam UU Merek, juga dapat dikenai sanksi yang dapat ditinjau dari hukum pidana, perdata, maupun administrasi.

Sanksi yang dapat dijatuhkan oleh pelaku pelanggaran merek selain dari UU Merek adalah sebagai berikut:

1. Sanksi menurut hukum perdata
   Pemakaian merek tanpa hak, dapat digugat berdasarkan perbuatan melanggar hukum (Pasal 1365 KUH Perdata) yaitu "Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut". Sebagai pihak penggugat harus membuktikan bahwa ia karena perbuatan melanggar hukum tergugat, menderita kerugian,
2. Sanksi menurut hukum pidana
   Sanksi pidana terhadap tindakan yang melanggar hak seseorang dibidang merek selain diatur khusus dalam ketentuan sanksi peraturan perundang-undangan merek itu sendiri, juga terdapat dalam ketentuan KUHP. Persaingan tidak jujur dengan sendirinya besifat melawan hukum, karena hukum memberikan perlindungan terhadap pergaulan yang tertib dalam dunia usaha. Persaingan tidak jujur tersebut digolongkan suatu tindak pidana sesuai dengan Pasal 382bis KUHP. Perbuatan materiil diancam hukuman penjara setinggi-tingginya 1 tahun atau denda, setinggi-tingginya Rp 900,00 ialah melakukan perbuatan yang tipu muslihat untuk mengelabuhi masyarakat atau seorang tertentu. Pengelabuhan ini dipakai oleh si pembuat sebagai upaya untuk memelihara atau menambah hasil perdagangan atau perusahaannya si pembuat atau orang lain.
3. Sanksi menurut hukum administrasi
   Bila terjadi pelanggaran terhadap hak intelektual, negara bisa juga menggunakan kekuasaannya untuk melindungi pemilik hak yang sah. Melalui kewenangan administrasi negara, yaitu di antaranya melalui Pabean, Standar industri, kewenangan pengawasan badan penyiaran, kewenangan pengawasan standar periklanan.

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perlindungan Hukum Atas Merek Berdasarkan Produk Industri Kosmetik.

Merek merupakan suatu tanda untuk membedakan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seseorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan orang lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Dalam dunia perdagangan, merek sebagai salah satu bentuk HKI telah digunakan ratusan tahun yang lalu dan mempunyai peranan yang penting karena merek digunakan untuk membedakan asal usul mengenai produk barang dan jasa. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran karena public sering mengaitkan suatu image, kualitas dan reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial dan seringkali merek-lah yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut.

Adanya pelanggaran terhadap hak merek maka tentu akan menimbulkan kerugian bagi para pemilik merek barang terdaftar. Karena para pemilik merek ini untuk dapat memperoleh hakk sebagai pemilik merek barang terdaftar dan untuk memperkenal-kan atau mempromosikan mereknya kepada masyarakat luas tentu sangat memerlukan biaya yang banyak. Selain itu pemilik merek harus mampu menjaga kualitas usahanya agar tetap dipercayai oleh masyarakat luas khususnya

para konsumen. Sehingga jika terjadi pelanggaran terhadap hak merek tertentu akan sangat mengecewakan dan merugikan para pengusaha yang telah berupaya dengan sungguh-sungguh secara jujur menggunakan merek untuk usahanya.

Adapun bentuk pelanggaran merek, diantaranya:

1. Menggunakan merek yang identik atau yang mirip dengan merek yang sudah didaftarkan oleh pihak lain bagi barang-barang dan jasa yang identik atau mirip. Walaupun barang-barang tersebut adalah merupakan barang-barang asli yang diproduksi dan dijual oleh pemiliknya, tindakan menjual barang-barang tersebut yang dimasukkan ke dalam beberapa kantong, yang menunjukkan merek yang sama seperti merek yang sudah terdaftar pada kantong-kantong tersebut, dianggap, sebagai tindakan pelanggaran merek;
2. Menggunakan barang-barang hasil pelanggaran merek untuk dijual walaupun barang-barang tersebut diproduksi oleh orang lain, memajangnya di toko, menyimpannya di gudang untuk dijual, maka barang-barahg yang mereknya sudah didaftarkan oleh orang lain tersebut telah digunakan merek atau kemasannya tanpa izin, ddan lain-lain, dianggap melanggar merek. Baik membeli atau menyimpan barang-barang tanpa mengetahui bahwa menjual barang-barong tersebut merupakan pelonggaran terhadap merek, maka tindakan tersebut tetap dianggap sebagai pelanggaran merek;
3. Menjual atau menggunakan sebuah merek atau kontainer, dan lain-lain. yang merupakan merek yang digunakan tanpa seijin pemilik merek. Tindakan menggunakan sebuah merek, dan lain-lain, yang merupakan pelanggaran terhadop merek yang dimiliki oleh orang lain untuk digunakan sendiri atau memungkin orang lain untuk menggunakannya adalah merupakan pelanggaran terhadap merek. Lebih jauh lagi, menggunakan piring atau mangkok "western" yang mereknya sudah didaftarkan oleh orang lain untuk memberikan jasa, makanan dan minuman untuk digunakan di restoran milik sendiri otau memungkinkan orang lain untuk menggunakannya adalah juga merupakan pelanggaran merek;
4. Memproduksi atau mengimpor sebuah merek, kontainer, A yang menunjukkan merek yang digunakan tanpa ijin dari pemilik merek tersebut. Walaupun merek tersebut diproduksi atau diimpor berdasarkan pesanan dari orang lain yang tidak berhak untuk menggunakan merek yang sudah terdaftar tersebut, maka hal ini dianggap sebagai pelanggran merek;
5. Memproduksi, menjual atau mengimpor barang-barang untuk tujuan bisnis untuk digunakan sendiri guna memproduksi sebuah merek, kontainer, dan 1ain-lain. Yang merupakan merek yang digunakan tanpa seizin dari pemilik merek. Suatu tindakan memproduksi, menggunakan atau mengimpor 'printing block' untuk merek, alat untuk memproduksi kontainer, dan 1ain-lain. Untuk tujuan bisnis tanpa instruksi atau ijin pemilik merek atau orang yang memiliki hak atas merek tersebut adalah merupakan sebuah pelanggaran merek. UndangUndang Merek Indonesia yang berkaitan dengan perlindungan merek yang bersifat represif dibatasi hanya bagi perlindungan hukum bagi barang atau jasa yang sejenis saja. Padahal dalam kenyataannya beredar banyak barang yang menggunakan merek terkenal terdaftar secara tanpa hak, tetapi digunakan pada barang yang tidak sejenis.

Beberapa belakangan ini, permasalahan Hak Atas Kekayaan Intelektual semakin banyak mendapatkan perhatian, baik dari pemerintah, kalangan akademisi maupun masyarakat luas.Hal ini tidak terlepas dari mulai berkembangnya kesadaran untuk memberikan hak-hak khusus kepada mereka. Penghargaan terhadap karya Intelektual ini diperlukan untuk menumbuhkan dan mengembangkan daya kreativitas serta sikap inovatif masyarakat. Semangat kreativitas tersebut akan sangat berarti bagi kelancaran pembangunan khususnya dalam upaya untuk memenuhi segala kebutuhan hidup masyarakat modern yang semakin kompleks.

Permasalahan mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual akan menyentuh berbagai aspek seperti teknologi, industry, sosial, budaya dan berbagai aspek lainnya.Dewasa ini banyak terjadi pemakaian merek tanpa hak dengan tujuan hanya untuk menarik keuntungan semata-mata yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak-pihak produsen yang tidak bertanggung jawab. Kondisi yang menimbulkan kerugian pihak produsen pemilik merek, khususnya produk kosmetik.

Prinsip-prinsip Hukum yang menyangkut perlindungan Hak Atas Kekayaan Inteklektual pada dasarnya menekankan betapa pentingnya perlindungan suatu hak yang dapat dieksploitasi secara ekonomis, seperti merek, paten, desain industri dan hak cipta. Karena itu pengguna secara melawan hukum atas hak-hak tersebut merupakan pelanggaran yang dapat di gugat secara perdata maupun dituntut secara pidana.

Negara memberikan perlindungan hukum terhadap hak atas merek. Pemilik hak perlu dipertahankan eksistensinya terhadap siapa saja yang menggunakannya tanpa izin. Merek tanpa sertifikat pendaftaran tidak akan dilindungi oleh Undang-Undang Merek. Perlindungan atas merek sangat diperlukan antara lain untuk menghindari persaingan usaha yang tidak sehat, dimana terdapat praktek kecurangan seperti pemalsuan dan pembajakan. Sistem merek dagang membuka kesempatan kepada orang-orang yang memiliki keahlian atau dunia usaha untuk memproduksi dan memasarkan barang dan jasa mereka dengan kondisi seadil mungkin, sehingga dapat memfasilitasi perdagangan internasional.

Akan tetapi ada beberapa faktor yang mempengaruhi perlindungan hukum atas merek. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak **Johan Komala Siswoyo,** selaku Analis Kekayaan Intelektual, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kemenkumham RI, mengatakan bahwa dalam perspektif hukum Kurangnya pemahaman masayarakat terhadap undang- undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi gegrafis, juga penegak hukumnya masih kurang maksimal dalam melaksanakan sosialisasi kemasyarakat/pelaku UMKM. Kemudian ditambah dengan Lemahnya penegak hukum bagi pelanggar HKI tentang Merek sehingga msyarakat/ pelaku UMKM merasa tidak unsur memaksa sehingga tidak tertarik untuk mendaftarkan merek pada produknya.

Berdasarkan data yang dihimpun Bidang Pelayanan Hukum, Kanwil Kemenkumham Sulawesi Selatan, menunjukkan bahwa pendaftaran merek oleh UMKM di Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2023 sebanyak 1.195. berbeda dengan tahun 2022 yang hanya tercatat sebanyak 1.054 pendaftar. Meningkatnya pendaftaran merek tersebut setelah berbagai upaya yang terus dilakukan oleh Kanwil Kemenkumham Sulawesi Selatan, antara lain menyelenggarakan workshop promosi dan diseminasi merek, menjalin kerja sama dengan Pemerintah daerah guna

memfasilitasi permohonan pendaftaran merek bagi pelaku usaha indsutri, dan ekonomi kreatif berskala mikro dan kecil di Sulawesi Selatan.

Kanwil Kementerian Hukum dan HAM di daerah merupakan salah satu instansi vertikal yang memiliki tugas dan fungsi dibidang kekayaan intelektual yang strategis. Melalui optimalisasi peran tersebut diharapkan dapat mensupport para pelaku usaha mikro kecil menengah dalam meningkatkan nilai ekonomi produk mereka melalui perdaftaran dan perlindungan merek.

Persoalan pendaftaran merek sebagai langkah Kanwil Kementerian Hukum dan HAM Sulawesi selatan memicu berbagai kendala, Kendala-kendala tersebut datang baik dari pengusaha maupun dari Dinas Koperasi dan UMKM sebagai dinas yang bertanggung jawab dalam memberikan sosialisasi tentang perlindungan hukum terhadap merek terdaftar.

Kendala-kendala yang dapat penulis jelaskan sebagai berikut:

Kendala pertama yang muncul dari pihak pengusaha sendiri, adapun kendala-kendala tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman yang lemah pengusaha terhadap substansi Undang-Undang Merek;
2. Adanya sikap masa bodoh akan pentingnya sebuah pendaftaran merek dagang;

Kendala kedua berasal dari luar pengusaha. Adapun faktor eksternal tersebut adalah mengenai peranan Pemerintah dalam mensosialisasikan UU Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar khususnya Pemerintah daerah.

Di Indonesia hak merek diperoleh melalui pendaftaran, inilah yang disebut stelsel konstitutif atau *first to file system*. Asumsi hukum timbul bahwa: "pemohon pertama yang mengajukan pendaftaran dengan itikad baik adalah pihak yang berhak atas merek, sampai terbukti sebaliknya." Tujuan ketentuan ini merupakan penyederhanaan ketentuan lama yang menetapkan pendaftaran satu merek hanya untuk satu kelas barang dan jasa. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan pemilik dalam menggunakan mereknya untuk beberapa barang atau jasa yang termasuk dalam beberapa kelas yang sehatusnya tidak perlu direpotkan dengan prosedur administrasi yang mengharuskan pengajuan permohonan secara terpisah bagi setiap kelas barang atau jasa. Hanya saja biaya bagi pendaftaran merek ini tetap dikenakan sesuai dengan jumlah kelas barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran.

Dengan sistem konstitutif ini, yang berhak atas suatu merek adalah pihak yang telah mendaftarkan mereknya. Pendaftaran itu menciptakan suatu hak atas merek tersebut, pihak yang mendaftarkan, dialah satu–satunya yang berhak atas suatu merek dan pihak ketiga harus menghormati haknya pendaftar sebagai hak mutlak.7 Sistem ini mengaharuskan para pemilik merek untuk mendaftarkan merek nya jika ingin mendapatkan perlindungan hukum atas merek. Penggunaan sistem konstitutif ini lebih melindungi pemilik merek dan menjamin kepastian hukum.

Sistem deklaratif yang mendasarkan pada perlindungan hukum bagi Mereka yang menggunakan Merek terlebih dahulu, selain kurang menjamin kepastian hukum juga menimbulkan persoalan dan hambatan dalam dunia usaha. Seperti dikatakan bahwa, perlindungan Merek terdaftar mutlak diberikan oleh pemerintah kepada pemegang dan pemakai hak atas Merek untuk menjamin terhadap kepastian berusaha bagi produsen.

Konsekuensi dari merek yang telah didaftar adalah harus dipergunakan dengan permintaan pendaftarannya. Undang-Undang Merek menghendaki pemilik merek bersikap jujur dalam menggunakan mereknya, artinya merek yang telah didaftar dipergunakan sesuai kelas barang atau jasa yang didaftarkan juga harus sama bentuknya dengan merek yang dipergunakan. Apabila merek yang telah didaftarkan tidak dipergunakan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam undang-undang, akan mengakibatkan pendaftaran merek yang bersangkutan dihapuskan.

Pada kenyataannya di lapangan, rendahnya pengetahuan mengenai perlindungan merek sangat mempengaruhi pula rendahnya upaya pendaftaran merek, khusunya bagi pemilik merek pada usaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) seperti pada produk kosmetik. Padahal produk yang dihasilkan tidak kalah kreatif dan inovatif dengan produk lain yang sejenis, bahkan dengan produk impor dari negaranegara lain. Namun, ada pula pelaku usaha yang sudah mengetahui fungsi tersebut, namun tidak mengetahui mekanisme untuk memperoleh perlindungan hak atas merek. Alasan keterbatasan biayapun menjadi salah satu pertimbangan belum dilakukannya pendaftaran merek, karena pada dasarnya, UMKM masih bersifat merintis usaha. Padahal, kelalaian seseorang dalam mendaftarakan suatu merek, dapat berakibat diklaim/didahului oleh pihak lain dalam mendaftarkan merek yang sama atau mirip untuk produk barang atau jasa sejenis, sehingga seseorang dapat kehilangan hak untuk menggunakan mereknya sendiri yang sebenarnya sudah lebih dahulu dipergunakan. Pelaksanaan pendaftaran merek kolektif adalah sebagai perhatian dari pemerintah untuk pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam upayanya melakukan pengembangan usaha. Sehingga akan memudahkan UMKM dalam melakasanakan pendaftaran merek kolektif sebinggga merek tersebut mempunyai perlindungan hukum.

KESIMPULAN

1. Perlindungan hukum atas merek terdaftar yaitu untuk menghindari praktek-praktek yang tidak jujur dan memberikan perlindungan hukum kepada pemilik atau pemegang merek serta konsumen maka Negara mengatur perlindungan merek dalam suatu hukum merek dan selalu disesuaikan dengan perkembangan perkembangan yang terjadi di dunia perdagangan nasional maupun internasional yang tujuannya adalah mengakomodasikan semua kepentingan-kepentingan yang ada guna menciptakan suatu perlindungan hukum.
2. Hukum harus dapat memberikan jaminan perlindungan penuh kepada pemilik hak atas merek terdaftar dari pelanggaran-pelanggaran hak atas merek yang mengganggu setiap kegiatan pemilik merek terdaftar tersebut. perlindungan hukum yang bersifat represif dilakukan jika terjadi pelanggaran merek melalui gugatan perdata dan atau tuntutan pidana.

SARAN

1. Hendaknya kepolisian dapat melakukan penegakkan hukum terhadap pelaku tindak pidana pelanggaran merek atau pemegang hak atas merek dengan bentuk penanganan khusus terkait perlindungan merek, agar masyarakat takut untuk melakukan tindakan pemalsuan atau memperdagangkan atau menggunakan merek orang lain yang telah di palsukan karna hal tersebut akan membuat kerugian terhadap pemilik merek.

2. Dan perlunya penyuluhan koordinasi dan kerjasama yang efektif dan efisien antara pemerintah daerah dengan perangkat peraturan perundang-undangan yang memadai, aparat pemeriksa merek, masyarakat luas, serta pengusaha yang akan menggunakan suatu merek bagi produknya serta dapat memberikan penyuluhan hukum tentang pentingnya merek dengan cara turun langsung ke lapangan dengan mendatangi industri kecil dan menengah yang selama ini menjadi salah satu kekuatan ekonomi Bangsa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Z., & Iqbal, M. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar. *Jurnal Ius Constituendum*, *5*(1), 47-65.

Arista, D., & Astuti, S. R. T. (2011). Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek, dan citra merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmiah Aset*, *13*(1), 37-45.

Asmara, A., Rahayu, S. W., & Bintang, S. (2019). Studi Kasus Penerapan Prinsip Pendaftaran First To File Pada Pembatalan Merek Cap Mawar. *Syiah Kuala Law Journal*, *3*(2), 184-201.

Atmoko, D. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. *Jurnal Hukum Sasana*, *5*(1), 75-86.

Chandra, D. W., Santoso, B., & Sukma, N. M. (2020). Perlindungan Merek Terkenal Asing Yang Belum Terdaftar di Indonesia (Studi Kasus Sengketa Merek KEEN). *Notarius*, *13*(1), 312-326.

Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh persepsi kualitas dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepercayaan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, *4*(2), 307-316.

Harahap, I., & Pratiwi, R. (2023). Peningkatan Pemahaman Hukum Warga Binaan Tentang Merek di Lembaga Pemasyarakatan Perempuan Kelas II A Pekanbaru. *Harmoni Masyarakat*, *1*(1), 78-86.

Limanto, C. J., Eugenia, F., & Tedjokusumo, D. D. (2024). Tantangan dalam Perlindungan Hukum Desain Industri di Indonesia: Perbandingan Hukum dengan Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Jepang. *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, *5*(2), 473-483.

Mahfuz, A. L. (2020). Problematik Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *Jurnal Kepastian Hukum Dan Keadilan*, *1*(2), 47-59.

Murjiyanto, R. M. R., & Hidayat, R. (2021). Tinjauan Yuridis Penggunaan Co Branding Produk Daerah Berdampingan Dengan Merek Dagang di Yogyakarta. *Prosiding Diseminasi Hasil Penelitian*.

Nabfahrin, A. A. (2024). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK BARANG DAN JASA. *Indragiri Law Review*, *2*(2), 40-52.

Ramadhan, N. I., Heritawati, A., Sari, S. N., Ikhsan, M., & Satiadharmanto, D. F. (2024). Analisis Yuridis Pembatalan Merek PS Glow Berdasarkan UU No. 20

Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Maximal Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan*, *2*(2), 219-228.

Semaun, S. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa. *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum*, *14*(1), 108-124.

Serlia, D. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Produk Usaha Kecil Melalui Hak Merek Untuk Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Masyarakat. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, *1*(2), 66-76.

Zuleika, N., Juninda, N. A., Darwin, Y. A., & Malik, A. (2024). Perlindungan Konsumen Terhadap Testimoni Palsu Dalam Bertransaksi Di E-Commerce. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, *1*(6), 10160-10168.