

Perlindungan Merek Ditinjau dari Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis pada Era Digitalisasi 4.0

Zihan Oktaviani. Fakultas Hukum, Universitas Pasundan,
oktavianizihan5@gmail.com

ABSTRACT: *A brand is a symbol of the identity of a product, which is generally in the form of an image or writing printed on goods to be sold in the market, both in domestic and international markets. Along with the development of the digitalization 4.0 era in technology and information, there have been many disputes related to brands. For example, in the case of a brand dispute between MS Glow and PS Glow over alleged plagiarism of beauty products. The brand owner who first registered a brand has exclusive rights to that brand, and other parties are prohibited from registering products using the same mark. Protection for the first trademark registrant has exclusive rights over the trademark and other parties are prohibited from registering products with the same trademark. The research method that will be used uses a normative juridical method which uses legal material sources in the form of statutory regulations, legal principles and principles, legal theory, and the opinions of legal experts. Dispute resolution has been decided by two commercial courts. MS GLOW won the case at the Medan Niaga District Court, and PS GLOW won the case at the Surabaya Niaga District Court. The Surabaya Niaga District Court decided that the trademark "MS GLOW" was not included in the class of registered trademarks. The first prosecution system is preventive legal defense action, while repressive legal action is carried out using criminal sanctions.*

KEYWORDS : *Brand, Protection, Digitalization.*

ABSTRAK: Merek adalah lambang identitas dari suatu produk, yang umumnya berupa gambar atau tulisan yang tertera pada barang yang akan dijual di pasar, baik dalam pasar domestik maupun internasional. Seiring perkembangan era digitalisasi 4.0 pada teknologi dan informasi, justru terjadi banyak sengketa terkait merek. Seperti contoh kasus pada sengketa merek antara MS Glow dan Ps Glow atas dugaan plagiarisme produk kecantikan. Pemilik merek yang pertama kali mendaftarkan suatu merek mempunyai hak eksklusif atas merek tersebut, dan pihak lain dilarang mendaftarkan produk yang menggunakan merek yang sama. Perlindungan kepada pendaftar merek pertama mempunyai hak eksklusif atas merek tersebut dan pihak lain dilarang mendaftarkan produk dengan merek yang sama. Metode penelitian yang akan digunakan menggunakan metode yuridis normatif yang menggunakan sumber bahan hukum berupa peraturan perundang-undangan, asas dan prinsip hukum, teori hukum, dan pendapat para ahli hukum. Penyelesaian Sengketa telah

diputuskan oleh dua pengadilan niaga. MS GLOW memenangkan kasus di Pengadilan Negeri Medan Niaga, dan PS GLOW memenangkan kasus di Pengadilan Negeri Surabaya Niaga. Pengadilan Negeri Surabaya Niaga memutuskan bahwa merek dagang “MS GLOW” tidak termasuk dalam golongan merek dagang terdaftar. Sistem penuntutan yang pertama adalah tindakan pembelaan hukum preventif, sedangkan tindakan hukum represif dilakukan dengan menggunakan sanksi pidana.

KATA KUNCI: Merek, Perlindungan, Digitalisasi.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan kegiatan perdagangan dan perekonomian di era digitalisasi 4.0 yang telah beralih dari roda perekonomian konvensional ke digital telah memanfaatkan dukungan teknologi dan komunikasi dalam bidang perekonomian. Perekonomian sangat penting bagi negara ini untuk berkembang dalam persaingan internasional. Hak Kekayaan intelektual adalah satu diantara faktor yang dapat mendorong pembangunan perekonomian Indonesia dan berkontribusi dalam industri kreatif yang kuat terhadap perekonomian negara.

Salah satu aspek hak kekayaan intelektual yang membedakan dengan produk lain adalah merek dagang. Untuk pemanfaatan pemasaran produk yang menyasar pangsa pasar, pengusaha dan pemasaran produk tidak ingin karyanya ditiru. Maka dari itu, hal inilah yang dibutuhkan pemilik usaha saat mendaftarkan mereknya untuk menjaga kredibilitas dan perlindungan hukum. merek dagang adalah sebagian dari suatu produk dengan hak kekayaan intelektual (HAKI) yang timbul atas pemikiran pemiliknya. Hak Kekayaan Intelektual menurut Undang- Undang adalah hak atas suatu barang, termasuk hal-hal kreatif seperti desain logo, dan hak khusus (eksklusif) yang diberikan oleh pemerintah kepada pemilik merek yang sah (Muthia Septarina, 2019).

Penerapan hak eksklusif oleh pemilik merek yang sah tidak datang begitu saja, tetapi juga merupakan hasil dari proses pendaftaran yang disarankan. Merek dagang merupakan hak yang harus dilindungi untuk memperoleh perlindungan dan pernyataan. Merek dagang harus didaftarkan pada negara. Suatu merek yang tidak didaftarkan di suatu negara tidak serta mendapatkan perlakuan khusus dari pemerintah dan oleh karena itu merek tersebut dapat digunakan atau digunakan oleh pihak ketiga tanpa adanya perselisihan sengketa (Aprilia, 2019; Madona, 2023; Muthia Septarina, 2019).

Perlindungan hukum tidak hanya berlaku bagi merek lokal tetapi juga merek ternama. Negara memberikan perlindungan hukum yang khusus kepada pemilik merek yang sah dan melindunginya secara berkelanjutan, sebagaimana diatur dalam “Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (MIG)” Tentang Perlindungan merek dagang dapat membantu mencegah peniruan suatu merek atau produk (Madona, 2023, p. 20).

Dalam sistem konstitutif, perlindungan terhadap merek melalui hak merek didapatkan melalui proses pendaftaran. Artinya, hak eksklusif atas suatu merek diberikan setelah merek tersebut didaftarkan. Oleh karena itu, pendaftaran merek dianggap sebagai hak yang mutlak karena tanpa pendaftaran, merek tidak akan dilindungi secara hukum. Proses pendaftaran merek mengharuskan pemenuhan dua jenis syarat, yaitu syarat formal dan syarat substantif. Sebelum mengakui status hukum yang baru (konstitutif), pemerintah melakukan penilaian terhadap kelengkapan dan kebenaran syarat formal, kemudian meninjau syarat substantif. Ketika kedua syarat tersebut terpenuhi, sertifikat merek akan diberikan oleh pemerintah (Cita Citrawindi Priapantja, 2000).

Dalam kegiatan ekonomi masyarakat, persaingan usaha semakin meningkat setiap harinya, yang dapat menyebabkan timbulnya kasus-kasus persaingan usaha yang tidak sehat atau tidak adil, termasuk penggunaan merek pada produk yang melanggar hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Pada kasus sengketa merek yang terjadi antara PT Kosmetika Global Indonesia (PKGI) dan PT Kosmetika Cantik Indonesia (PKCI) milik Shandy yang mengoperasikan merek MS GLOW, dan PT Pstore Glow Bersinar Indonesia (PGBI) milik Putra Siregar yang mengembangkan brand PS GLOW, terjadi perselisihan hukum terkait dugaan plagiarisme. Pada 15 Maret 2022, Shandy Purnamasari, sebagai pemilik merek dagang MS GLOW, mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga Medan dengan nomor gugatan 2/Pdt.SusHKI/Merek/2022/PN Niaga MDN terhadap Putra

Siregar, pemilik merek dagang PS GLOW, atas dugaan kemiripan atau peniruan merek PS GLOW dan MS GLOW. Putra Siregar, sebagai pemilik PS GLOW, juga merespons dengan mengajukan gugatan balik terhadap MS GLOW ke Pengadilan Niaga Surabaya pada 12 April 2022 dengan nomor perkara 2/Pdt.SusHKI/Merek/2022/PN Niaga Sby.

Salah satu prinsip ekonomi digitalisasi 4.0 adalah lingkungan perdagangan yang sehat dan sistem komperatif. Perkembangan di era digitalisasi 4.0 ini menjadikan dunia usaha mempunyai persaingan tinggi antara produk dan produsen, yang terpenting dari produk adalah merek yang terkenal dan dijual diseluruh dunia sehingga meimbulkan adanya resiko pemalsuan, peniruan, terutama untuk merek terkenal. Banyaknya jumlah pelanggaran tersebut tidak sebanding lurus dengan jumlah perkara yang masuk ke Pengadilan Niaga, karena pengadilan memiliki wewenang untuk memeriksa dan memutus perkara yang berkaitan dengan kekayaan intelektual, termasuk kewenangan memeriksa sengketa merek, paten desain industri dan desain sirkuit. “Pasal 83 UU merek dan Indikasi Georafais” menyatakan bahwa pemilik merek yang telah terdaftar berhak untuk mengajukan klaim terhadap pihak lain yang menggunakan merek dagang tersebut secara melanggar hukum, baik untuk barang maupun jasa sejenis, dengan maksud untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi melalui pengadilan niaga di wilayah tempat tinggal atau domisili tergugat. Jika salah satu pihak terlibat berada di wilayah hukum Indonesia, gugatan harus diajukan ke Ketua Pengadilan Niaga Jakarta Pusat (DR. Ranti Fauza Mayana & Tisni Santika S.H., 2021).

II. METODE

Penelitian ini akan menggunakan metode yuridis normatif yang mengandalkan sumber bahan hukum seperti peraturan perundang-undangan, asas dan prinsip hukum, teori hukum, serta pendapat dari ahli hukum. Pendekatan ini akan didukung oleh teknik

pengambilan data berupa studi pustaka, di mana data akan diperoleh dari telaah terhadap bahan-bahan kepustakaan atau data sekunder. Penelitian ini akan mengeksplorasi konten yang terdapat dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, serta teori-teori yang relevan (Fuady, 2023).

III. HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Pengertian dan Prosedur Pendaftaran Merek

Seiring dengan terus berkembangnya bisnis perdagangan, peran merek dalam mendorong persaingan yang sehat antar produsen menjadi sangat penting. Perkembangan teknologi membawa dampak besar terhadap dunia bisnis. Kompetisi dalam era 4.0 tidak hanya terbatas pada bentuk-bentuk tradisional, tetapi juga melalui pasar daring dan pertumbuhan *e-commerce* yang mempermudah aktivitas masyarakat (Sheilindry et al., 2021).

Merek dagang adalah simbol identitas produk yang biasanya berupa gambar atau tulisan pada barang yang akan dijual di pasar, baik di tingkat nasional maupun internasional. Fungsi merek tidak hanya sebagai alat untuk membedakan produk dari produk lainnya, tetapi juga sebagai representasi citra perusahaan dalam mempertahankan kepercayaan konsumen melalui peningkatan kualitas produknya (Balqiz, 2021).

Tjiptono (2008) berpendapat bahwa sebuah merek adalah istilah, simbol, desain, warna, gerakan, atau kombinasi atribut lain dari suatu produk yang bertujuan untuk memberikan identitas dan membedakannya dari produk pesaing. Pada dasarnya, merek merupakan komitmen dari penjual untuk secara konsisten menyediakan serangkaian ciri, manfaat, dan layanan tertentu kepada konsumen. Merek yang baik juga memberikan jaminan tambahan seperti kualitas yang terjamin dan membantu membedakan produk satu dengan yang lainnya berdasarkan kualitasnya.

Dalam dunia perdagangan ada tiga merek dalam bisnis: merek biasa, merek terkenal, dan merek termashur. Merek biasa adalah merek yang belum memiliki reputasi baik dan belum menarik perhatian masyarakat. Merek terkenal merupakan merek yang mempunyai reputasi baik, digemari masyarakat dan membuat ide karena dikenal secara luas mendunia yang mempunyai nilai yang tinggi. Sedangkan merek termashur merupakan merek yang mempunyai reputasi yang kuat bahkan sudah dikenal keberadaanya di beberapa negara. Sekalipun tidak terdaftar, reputasinya dapat mencegah pihak pengguna merek oleh orang yang tidak berwenang.

Secara umum, ada dua jenis sistem pendaftaran merek, yaitu Stelsel Deklaratif dan Stelsel Konstitutif. Stelsel Deklaratif mengimplikasikan bahwa pendaftaran tersebut tidak memberikan hak secara langsung, melainkan hanya menciptakan dugaan hukum bahwa pendaftar adalah pihak yang berhak atas merek tersebut sebagai pemakai pertama. Sistem ini dikenal dengan "*presumption iuris*" atau "*rechtsvermoeden*" yang memberikan status hukum yang kurang pasti. Perlindungan hukum dalam sistem ini lebih diberikan kepada pemakai pertama, yang dikenal dengan konsep "*first to use*". Di sisi lain, Stelsel Konstitutif berarti bahwa pendaftar pertama kali merek adalah yang diakui sebagai pemilik sah merek tersebut. Sistem ini dikenal dengan "*presumption of ownership*" atau "*first-to-file*". Dengan kata lain, pendaftaran menciptakan dan mengkonfirmasi kepemilikan atas merek tersebut. Jadi, sistem *first-to-file* berarti bahwa hak pendaftaran merek hanya diberikan kepada pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran untuk suatu merek (Sudaryat, 2010).

Yahya Harahap juga mengatakan, sistem konstitutif memiliki keunggulan dalam memberikan kepastian hukum dalam menetapkan siapa yang sebenarnya merupakan pemilik merek yang harus dilindungi dengan prioritas utama, dilihat dari orang yang pertama kali menerima tanggal pendaftaran atau didaftarkan dalam daftar umum merek dagang. Oleh karena itu, kepastian

hukum suatu alat bukti tergantung pada akta pendaftarannya. Anggapan hukum hanya didasarkan pada fakta pendaftar pertama, sehingga tanpa menimbulkan perselisihan antara pengguna dan pendaftar pertama, hukum siapa pemilik merek dagang yang paling berhak untuk mencapai perkiraan yang akurat. Karena dasar penentuan siapa pemilik utama suatu merek hanya didasarkan pada asas pendaftar pertama, dan pembuktiannya berdasarkan dokumen asli, maka mengajukan tuntutan hukum jauh lebih mudah dibandingkan dengan sistem deklarasi yang sederhana. Hal ini berdampak positif pada penyelesaian konflik. Artinya, menyelesaikan jauh lebih mudah, cepat, dan murah (Prof. dr. rahmi jened, 2017).

B. Perlindungan Merek Ditinjau dari Undang – Undang Merek dan Indikasi Geografis pada Era Digitalisasi 4.0

Ditengah ramainya perkembangan era digital 4.0 terdapat banyak sekali merek dagang dalam perekonomian digital, Perlu diketahui bahwa Indonesia menganut sistem “*first to file*”, yang memberikan perlindungan kepada pendaftar merek pertama yang mendaftarkan merek atau memperoleh sertifikat merek terdaftar dengan menjadikan pendaftar pertama mempunyai hak eksklusif atas merek tersebut dan pihak lain dilarang mendaftarkan produk dengan merek yang sama. Undang-Undang ini mengatur bahwa merek dapat dilindungi selama tahun sejak pendaftarannya, Jangka waktu ini diperpanjang 12 bulan sebelum berakhirnya masa berlaku merek dagang tersebut (Resgia et al., 2024).

Sebelum memasuki era digitalisasi, di era tradisonal ini perlindungan merek terbatas pada barang dan jasa yang berwujud saja. berbeda di era digital, perlindungan merek mencakup barang dan jasa yang tidak berwujud, seperti perangkat lunak, layanan digital, dan konten digital. Perlindungan merek di era tradisonal diatur dalam “Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis”. Undang-undang ini menggantikan “Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek” (Resgia et al., 2024, p. 4).

Era digital menghadirkan kesempatan baru yang cukup dan menguntungkan bagi para pemegang hak merek. Teknologi digital dapat memudahkan pemilik merek untuk mendaftarkan hak mereknya serta mempermudah pengawasan terhadap mereknya. Teknologi digital dapat digunakan untuk mengumpulkan bukti pelanggaran merek. Hal ini dapat membantu pemilik merek untuk memenangkan kasus pelanggaran merek di pengadilan. Di era perkembangan digitalisasi ini sekarang pemilik merek dapat menggunakan teknologi *artificial intelligence* (AI) untuk membantu penegakan hukum terhadap pelanggaran merek. Teknologi AI dapat membantu pemilik merek untuk mengumpulkan bukti pelanggaran merek secara otomatis. Dengan memanfaatkan peluang ini, pemilik merek dapat kembali melindungi merek dalam era digitalisasi 4.0. Oleh karena itu, Undang-Undang Merek dagang diberlakukan untuk menangani dan mencegah kecurangan dalam penggunaan merek dagang. Hukum merek di Indonesia menerapkan sistem *first to file*, yang berarti pendaftar pertama atau pemilik yang mendaftarkan merek dianggap sebagai pemilik sah merek tersebut. Karena itu, pihak lain tidak dapat mendaftarkan produk dengan merek yang identik. Sebuah merek dapat didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia untuk dimasukkan ke dalam daftar umum merek dan memperoleh sertifikat kepemilikan atas merek tersebut (Resgia et al., 2024).

Saat pemilik merek dagang mendaftarkan produknya ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, mereka memperoleh perlindungan hukum yang sama seperti merek dagang lainnya yang telah didaftarkan.

Sengketa merek antara PS Glow dan Ms. Glow terkait produk kecantikan akan diselesaikan dengan pengajuan gugatan ke Pengadilan Niaga. Hakim memutuskan adanya kesamaan antara produk Putra Siregar dan Shandi Purnamasari dan mengizinkan gugatan dilanjutkan. Dalam kasus ini, terdakwa ditetapkan menggunakan seluruh produk MS Glow tanpa izin dan dasar hukum. Selanjutnya, pemilik PS Grow Putra Siregar

menggugat enam pihak yang terkait dengan merek MS Grow, termasuk Gilang Widya Permana atau juragan 99 dan istrinya Shandi Purmasari. PS Grow mengajukan gugatan sebesar Rp 360 miliar, namun hakim hanya mengabulkan sebagian saja yakni Rp 37,9 miliar yang seharusnya dibayarkan secara tunai. Perkara tersebut telah melalui beberapa tahapan persidangan di Pengadilan Niaga Surabaya, dimana hakim mengabulkan sebagian gugatan penggugat dengan memutuskan bahwa penggugat mempunyai hak eksklusif dan MS Glow mempunyai hak yang serupa dengan merek utama. Kelas 3 (kosmetik) /jasa. Terdakwa menerima uang pengganti sebesar Rp 37,9 miliar.

Dari kasus sengketa merek antara MS Glow dan PS Glow tersebut, pemilik merek dapat mendapatkan perlindungan hukum dari negara dengan cara mendaftarkan mereknya dan mendapatkan hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut selama periode waktu tertentu (Indirani Waudan, 2006, 25).

Jenis perlindungan hukum untuk merek terdaftar di Indonesia, yaitu perlindungan hukum preventif (Sukalandari et al., 2023), merupakan bentuk perlindungan yang diberikan oleh pemerintah kepada pemilik merek sebelum terjadi perselisihan atau pelanggaran terkait merek dagang. Pemerintah memberikan perlindungan hukum ini melalui proses pendaftaran merek, di mana pendaftar pertama yang memperoleh hak eksklusif atas merek tersebut untuk menggunakannya dengan itikad baik (*first to file system*) itikad baik ini maksudnya adalah merek yang didaftarkan tersebut merupakan karya sendiri tanpa melakukan plagiasi serta tidak bertentangan dengan Peraturan Undang-Undang. Dengan perkembangan digitalisasi 4.0, komunikasi mengenai pentingnya pendaftaran atas merek perlu disosialisasikan kepada masyarakat untuk mengetahui bahwa pentingnya pendaftaran merek, karena dalam praktiknya masih banyak yang belum mengetahuinya. Perlindungan hukum represif dalam pelanggaran merek dagang dapat berlaku. Perselisihan tersebut dapat dihindari dengan menggunakan perlindungan hukum yang bersifat memaksa. Di Indonesia, sistem perlindungan

hukum melibatkan kedua jenis pengadilan, yaitu pengadilan umum dan pengadilan khusus. Seperti kita ketahui, persaingan dalam dunia bisnis semakin hari semakin meningkat sehingga menyebabkan permasalahan terkait merek atau plagiasi semakin banyak bermunculan. Dalam hal ini perlindungan hukum dapat diberikan dalam bentuk denda, ganti rugi atau penangguhan pendaftaran merek dan pembatalan merek.

Hakim di Pengadilan Negeri atau Pengadilan Niaga memberikan perlindungan hukum melalui penetapan pengadilan. Hak merek adalah salah satu cara untuk membedakan produk atau jasa dari yang lain, sehingga merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual yang harus dijamin oleh negara. Perlindungan merek merupakan hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Pendaftaran Merek. Perlindungan terhadap merek yang terdaftar memberikan kepastian hukum bagi merek tersebut, dan apabila terjadi perselisihan di kemudian hari mengenai pelanggaran merek terdaftar, maka merek terdaftar tersebut dapat dijadikan bukti, diperbarui, dialihkan, atau dihentikan (Adrian Sutedi 2009).

IV. KESIMPULAN

Peraturan Undang-undang ini pada dasarnya adalah menjelaskan persamaan pokok yang tercantum dalam pasal 21 ayat (1) Undang- Undang Merek dan Indikasi Geografis Jo. Pasal 17 ayat (1) Perkemenkumham no 67 tahun 2016 tentang pendaftaran merek, penilaian kesamaan pada hakekatnya mengacu pada penilaian yang dilakukan dengan memperhatikan kesamaan pada merek dagang baik dari segi bentuk, jenis penempatan, penulisan, dan serta kemiripan bunyi ucapan. Selanjutnya Undang- Undang Merek dan Indikasi Geografis akan menyelesaikan sengketa merek antara MS Glow dan Ps Glow untuk menjamin kepastian hukum sesuai dengan ketentuan Pasal 83 ayat (1) undang - undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis untuk menjamin adanya kepastian hukum.

Partisipasi aktif berbagai pihak yang memiliki kepentingan sangat penting ketika mengembangkan peraturan baru atau melakukan perubahan terhadap peraturan yang sudah ada. Dialog antara pemerintah, sektor swasta, akademisi dan masyarakat sipil dapat menghasilkan kebijakan yang komprehensif dan mendukung. Dalam konteks ini Badan Pengawas Kekayaan Intelektual (DPKI) atau Lembaga serupa harus berperan aktif dalam memberikan saran dan rekomendasi mengenai undang-undang baru atau melakukan perubahan yang diberikan. Maka dari itu, untuk melindungi Hukum Kekayaan Intelektual di Indonesia di era digitalisasi 4.0 memerlukan pendekatan yang komprehensif dan responsif terhadap perubahan teknologi dan perkembangan globalisasi karena peningkatan regulasi melibatkan pengetahuan tradisional dan nilai-nilai tradisional yang memandu penggunaan teknologi dalam penegak hukum, setiap langkah harus didasarkan pada keseimbangan antara mendukung dan melindungi hak kekayaan intelektual.

DAFTAR REFERENSI

ANGGA ARIYANA-FSH. (n.d.).

Aprilia, R. (2019). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK ATAS MEREK PADA PERUSAHAAN STARTUP DIGITAL YANG TIDAK MENDAFTARKAN MEREK DAGANG DI BANDUNG.

DR. Ranti Fauza Mayana, S. H., & Tisni Santika S.H., M. H. (2021). HUKUM MEREK Perkembangan Aktual Perlindungan Merek dalam Konteks Ekonomi Kreatif di Era Dirupsi Digital (Nurul Falah Atif, Ed.). PT Refrika Adita .

Fuady, M. (2023). Metode Riset Hukum (1st ed.). PT RAJAGRAFINDO PERSADA .

Madona, O. (2023). PENGATURAN PERLINDUNGAN MEREK TERKENAL ASING YANG TIDAK TERDAFTAR DI INDONESIA. In Jurnal Kertha Desa (Vol. 11, Issue 8).

Muthia Septarina, A.; (2019). PERLINDUNGAN HUKUM KEKAYAAN INTELEKTUAL PADA MEREK BERBENTUK HOLOGRAM. 2.

PROF. DR. RAHMI JENED, S. H. , M. H. (2017). Hukum Merek TRADEMARK LAW dalam ERA Globalisasi & Integrasi Ekonomi (PT FAJAR INTERPRATAMA MANDIRI, Ed.). KENCANA.

Resgia, B., Delvina N, D., Haykal, J., & Najibah, N. (2024). Dinamika Perlindungan Merek Dalam Era Digital. In Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains (Vol. 03, Issue 01).

Sudaryat. (2010). Hak kekayaan intelektual (cet 1).

Sukalandari, N., Budiarta, W., & Sriasih Wesna, P. (2023). Jurnal Analogi Hukum Sengketa Plagiasi Merek Dagang antara Ms

Glow dan Ps Glow. Jurnal Analogi Hukum, 5(1), 48–54.
<https://doi.org/10.22225/ah.4.3.2022>.