

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENIRUAN MEREK MAWAR + LOGO (STUDI PUTUSAN NOMOR 512 K/Pdt.Sus-HKI/2016)

Oleh:

David ¹⁾, Esther Lita Simamora ²⁾, Petrus George Victory Sitompul ³⁾
dan Steven ⁴⁾

Universitas Prima Indonesia, Medan ^{1,2,3,4)}

E-Mail :

daviddphenn@gmail.com ¹⁾, zimoraelita96@gmail.com ²⁾,
petrusgeorgevs@gmail.com ³⁾, stevenlidjon@gmail.com ⁴⁾

ABSTRACT

Intellectual Property Rights is the power of creativity and innovation that is applied through artistic expression. In this case, someone's intellectual potential is unlimited and can be obtained by everyone. Intellectual Property Rights is a force that can be used to enhance one's dignity and the future of a nation, materially, culturally and socially. Brands are used as a sign to differentiate products produced by a person or a legal entity with products produced by other parties. The main function of a brand is so that consumers can characterize a product both goods and services owned by the company so that it can be distinguished from other company products that are similar or similar to those of its competitors. Successful entrepreneurs must have tips and each businessman's success tips must be different. Generally the marketing pattern and reliability of HR (Human Resources) have an important role in building a business. But no less important is the need for a "trademark". Forward withdrawal of a business is strongly influenced by the brand as well as the bearer of the characteristics or personality of a business. Therefore it is not surprising that a business entity always builds and maintains its trademark image so that it is not damaged by certain parties. Brands has some elements listed in Article 20 in 2016 by which elements make different item and service in production by people or corporation in trade goods and services.

Keyword: Legal Protection, Imitation of the Rose Brand + Logo, Court Ruling.

1 PENDAHULUAN

Tumbuhnya konsepsi kekayaan atas karya-karya intelektual manusia pada akhirnya menimbulkan kebutuhan untuk melindungi atau mempertahankan kekayaan tersebut. Pada gilirannya, akan melahirkan konsepsi perlindungan hukum atas kekayaan intelektual (*Intellectual Property*) tadi, termasuk di dalamnya adalah pengakuan hal terhadapnya sesuai dengan hakekatnya HKI di kelompokkan sebagai hak milik perseorangan yang sifatnya tidak berwujud.

Istilah Hak Kekayaan Intelektual merupakan perubahan ataupun revisi dari istilah hak atas kekayaan intelektual. Perubahan ini mendasarkan pada Surat Keputusan Menteri Hukum dan Perundang-undangan RI Nomor M.03.PR.07.10 Tahun 2002 dan persetujuan Menteri Negara Pendaayagunaan Aparatur Negara dalam Surat Nomor 24 /M/PAN/1/2000.

HKI pada dasarnya merupakan suatu hak yang timbul sebagai hasil kemampuan intelektual manusia dalam berbagai bidangyang menghasilkan suatu proses atau produk bermanfaat bagi

umat manusia. HKI adalah suatu hak eksklusif yang berada dalam ruang lingkup kehidupan teknologi, ilmu pengetahuan, ataupun seni dan sastra. Kepemilikannya bukan terhadap barangnya melainkan terhadap hasil kemampuan dan kreativitas intelektual manusiannya yaitu diantaranya berupa ide atau gagasan.

HKI merupakan kekuatan kreatifitas dan inovasi yang diterapkan melalui ekspresi artistik. Dalam hal ini merupakan sumber daya potensial intelektual seseorang yang tidak terbatas dan dapat diperoleh oleh semua orang. HKI merupakan sebuah kekuatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan martabat seseorang dan masa depan suatu bangsa, secara material, budaya dan sosial.

Menurut WIPO (The World Intellectual Property Organization) HKI ialah hak milik yang berasal dari kemampuan intelektual yang di ekspresikan dalam bentuk ciptaan hasil kreativitas melalui berbagai bidang seperti ilmu pengetahuan, teknologi, seni, sastra, desain dan sebagainya. HKI sebagai terjemahan *Intellectual Property Rights* (IPR) menurut WIPO (*The World Intellectual Property Organization*) secara garis besar meliputi dua cabang, yaitu:

1. Hak Cipta (*Copyright*)
2. Hak Atas Kekayaan Industri (*Industrial Property Right*) yang terdiri atas:
 - a) Paten
 - b) Merek
 - c) Desain produksi industri
 - d) Penanggulangan Praktek persaingan Curang

Merek digunakan sebagai tanda untuk membedakan produk yang dihasilkan oleh seseorang atau suatu badan hukum dengan produk yang dihasilkan pihak lain. Fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen

dapat mencirikan suatu produk baik barang maupun jasa yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau mirip yang dimiliki oleh pesaingnya. konsumen yang merasa puas dengan suatu produk dengan merek tersebut di masa yang akan datang.

Pentingnya suatu merek dalam mempengaruhi berkembangnya bisnis suatu barang atau jasa dapat dilihat dari adanya keinginan masyarakat yang merupakan pembeli atau konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang memiliki merek terkenal. Merek merupakan hasil pemikiran dan kecerdasan manusia yang dapat berbentuk penemuan, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa merek adalah bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau disebut juga dengan *property rights* yang dapat menembus segala batas antara negara.

Peniruan adalah suatu tindakan meniru atau menjiplak sesuatu tanpa adanya kesadaran dari orang yang melakukannya karena secara tidak langsung dapat mempengaruhi kehidupan orang yang sudah dirugikan terkadang hanya memikirkan keuntungan pada diri sendiri tanpa memikirkan akibat yang di dapatkan oleh orang lain. Penulis tertarik mengambil dan membahas tentang **“Perlindungan Hukum terhadap Merek Mawar+Logo yang Sah dari Peniruan Merek oleh Pihak Lain”** karena masalah ini sudah menimbulkan kerugian bagi produsennya yang sudah susah payah dalam menciptakan suatu produk yang sampai sekarang masih diminati di kalangan masyarakat.

A. Rumusan Masalah

1. Bagaimana ketentuan tentang perlindungan terhadap merek yang sah?

2. Bagaimana penerapan sanksi terhadap pelaku yang melakukan tindak peniruan merek yang merugikan produsen?
3. Bagaimana pertimbangan hukum Hakim terhadap putusan 512K/Pdt.Sus-HKI/2016

2 METODE PELAKSANAAN

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan dalam penyusunannya digunakan yuridis normatif yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep dan asas hukum serta peraturan perundang undangan yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan hukum yang dipergunakan adalah sumber data yang diperoleh data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui studi putusan, dokumen-dokumen serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data sekunder ini diperoleh dengan cara mempelajari peraturan perundang-undangan, buku-buku literature, dokumen yang berkaitan dengan materi penelitian dan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk uraian secara sistematis.

4. Analisis Data

Data sekunder dan data primer hasil pengolahan tersebut dianalisis secara kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengacu pada norma yang terdapat dalam perundang undangan dan putusan pengadilan serta

norma yang hidup dan berkembang dalam masyarakat.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Terhadap Merek yang Sah

Perlindungan hukum bagi pemegang merek yang sah di maksudkan untuk memberikan hak yang sifatnya eksklusif (khusus) bagi pemegang merek (*exclusive right*) agar pihak lain tidak dapat menggunakan tanda yang sah atau mirip dengan yang dimilikinya untuk barang yang sama atau hampir sama. Hak khusus tersebut cenderung bersifat monopoli artinya hanya pemegang merek yang dapat menggunakannya, pemegang merek dapat menggunakan mereknya dengan catatan tanpa melanggar aturan-aturan yang ada dalam penggunaan merek sekaligus melarang pihak lain untuk menggunakan mereknya atau memberi izin.

Indonesia memberi perhatian lebih terhadap perlindungan merek terkenal dengan bergabung menjadi anggota organisasi internasional, salah satunya yaitu *Paris Convention* yang kemudian diratifikasi dengan Keputusan Presiden (Keppres) No. 15 Tahun 1997 tentang perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 Pengesahan *Paris Convention For The Protection Of Industrial Property dan Convention Establishing The World Intellectual Property Organization*. Sebagaimana dijelaskan dalam alasan menimbang dari Keppres tersebut bahwa Pemerintah Reapublik Indonesia telah menjadi pihak pada *Paris Convention For The Protection Of Industrial Property*, tanggal 20 maret 1883 sebagaimana telah bebrapa kali diubah, terakhir tanggal 14 Juli 1967 di Stockholm, Swedia dengan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 tentang pengesahan *Paris Convention For The Protection Of*

Industrial Property and Convention Establishing The World Intellectual Property Organization. (Reservation) terhadap pasal 1 sampai dengan pasal 12 dan pasal 28 ayat 1 *Paris Convention For The Protection Of Industrial Property*. Ketentuan pasal 1 sampai pasal 12 *Paris Convention* tersebut mengatur ketentuan yang bersifat substantive yang menjadi dasar bagi pengaturan dalam peraturan perundang-undangan di bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual (*Industruy Property*) untuk itu dipandang perlu untuk mencabut persyaratan (*reservation*) terhadap pasal 1 sampai dengan pasal 12 tersebut dengan Keputusan Presiden.

Dengan Diratifikasinya *Paris Convention* maka Indonesia wajib untuk menyesuaikan undang-undang yang ada dengan ketentuan yang diatur dalam perjanjian internasional tersebut. Perlindungan terhadap merek terkenal terdapat dalam artikel 6 bis Konvensi Paris. Pasal tersebut menyatakan bahwa Merek terkenal yang telah dipakai oleh pemakai merek yang beritikad tidak baik, maka selalu dapat dimintakan pembatalannya atau dilakukan pembatalan oleh Pejabat Pendaftaran.

Dalam pasal 6 bis ayat 3 dinyatakan bahwa tidak ada jangka waktu yang ditentukan untuk meminta pembatalan daripada Merek tersebut atau larangan untuk memakai merek terdaftar tersebut jika dipakainya dengan itikad buruk (*in bad faith*) sedangkan definisi atau kriteria tentang merek terkenal (*well-known mark*) diserahkan pada masing-masing negara anggota *Paris Convention*.

Selanjutnya, dalam Hukum Nasional Pengaturan tentang Merek diatur dalam undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis (UU No.20 Tahun 2016). UU No.

20 Tahun 2016 merupakan penggantian dari UU No.15 Tahun 2001 tentang merek. Salah satu substansi perubahan dalam UU. No. 20 Tahun 2016 adalah aturan yang lebih ketat terhadap merek terkenal dibanding UU merek yang lama, UU 15 Tahun 2001 (UU merek). Merek dapat di perpanjang sesuai undang undang yang berlaku dan mempunyai jangka waktu yang ditentukan.

Dengan demikian, meskipun di dalam UU No 20 Tahun 2016 klasifikasi Merek terkenal masih tidak dijelaskan, namun suatu merek dapat dinyatakan terkenal atau tidak melalui putusan Pengadilan. Sehingga setelah diakui sebagai Merek terkenal, pemilik merek tersebut dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhnya untuk barang/jasa yang sejenis.

Perlindungan merek terkenal baik dalam perspektif *Paris Convention* dan UU No. 20 Tahun 2016 telah mengatur sistem perlindungan terhadap merek terkenal, namun pada praktiknya masih banyak terjadi pelanggaran terhadap merek terkenal. Seperti contoh: Kasus IKEA System BV, Pemilik merek IKEA. Pada 25 Januari 2005, perusahaan tersebut telah mendaftarkan merek IKEA di Kementrian Hukum dan HAM untuk kelas 20 dan 21. Kelas 20 adalah klasifikasi untuk jenis barang atau jasa perabot rumah, cermin, bingkai gambar dari kayu dan rotan. Sedangkan kelas 21 adalah jenis barang atau jasa perkakas dan wadah keperluan rumah tangga. Pada Oktober 2006. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual mengeluarkan sertifikat merek IKEA tersebut. Sekitar empat tahun kemudian PT Ratania Khatulistiwa mengajukan permohonan pendaftaran untuk merek IKEA pada kelas yang sama.

Merek mempunyai suatu hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Ada beberapa unsur dalam merek yaitu:

- a. Tanda
- b. Memiliki daya pembeda
- c. Digunakan untuk perdagangan barang dan atau jasa.

Merek dapat disebut merek apabila memenuhi syarat mutlak berupa adanya pembeda yang cukup. Maksudnya tanda yang dipakai tersebut memiliki kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi suatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Untuk mempunyai daya pembela ini, maka merek itu harus dapat memberikan penentuan atau *indivisualishing* pada barang atau jasa yang bersangkutan.

Terkait dengan merek terkenal terdapat beberapa perubahan dalam UU. No.20 Tahun 2016, salah satu perubahannya adalah aturan yang lebih ketat terhadap merek terkenal di banding UU merek yang baru (UU No. 20 Tahun 2016) membuka peluang bagi pemegang merek terkenal mengajukan gugatan ke pengadilan apabila terjadi pelanggaran merek.

2. Penerapan Sanksi terhadap Pelaku yang Melakukan Tindak Peniruan Merek yang Merugikan Produsen.

Prinsip-prinsip persamaan pada pokoknya baik secara keseluruhan maupun sebagian sebagaimana diuraikan dalam Pasal 6 ayat 1 dan 2 Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang merek selalu dipakai sebagai senjata bagi perusahaan untuk melawan pihak lain yang ingin meniru merek dagang suatu usaha.

Suatu merek tidak hanya merupakan ciri kepribadian dari suatu perusahaan, akan tetapi juga secara

psikologis akan menarik konsumen untuk membeli suatu produk dan jasa yang ditawarkan. Masyarakat akan membeli suatu produk atau jasa yang dikenal dan selalu akan mencari bilamana membutuhkannya oleh karenanya bilamana suatu merek/merek dagang dari suatu perusahaan ditiru atau dijiplak oleh pihak lain, maka suatu gugatan hukum pun akan terjadi.

Kini peniruan suatu merek tidak hanya di dasarkan pada merek yang hampir sama atau mirip. Tapi pelaku usaha yang nakal yang tidak memiliki itikad baik punya berbagai cara untuk mengelabui masyarakat agar terkecoh dengan suatu produk yang sama. Salah satunya adalah meniru desain kemasan sehingga hampir mirip misalnya saja peniruan terjadi dalam industri makanan, parfum dan minyak rambut lainnya yang mempunyai merek dagang yang sudah dikenal luas oleh masyarakat.

Pola persaingan curang seperti ini dapat merugikan pemegang merek dagang yang sudah terkenal selain bisa mengecoh pembeli pola curang seperti itu juga bias menghancurkan citra merek terkenal tersebut akibatnya pemilik merek terkenal bisa dirugikan secara finansial. Dalam Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen pasal 8 ayat 1 (Sub b dan d) mengatakan, pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang atau jasa secara tidak benar dan atau seolah-olah barang atau jasa tersebut telah mendapat dan memiliki sponsor, persetujuan, atau perlengkapan tertentu, ciri kerja atau aksesoris tertentu. Barang atau jasa tersebut di buat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afisilasi

Undang-undang Merek No 15 Tahun 2001 menetapkan peraturan bahwa pelanggaran yang dilakukan sebagaimana dengan cara peniruan dan

mengakibatkan kerugian terhadap orang lain di kenakan sanksi pidana yaitu:

Pasal 90 : Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang di produksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000.00., (Satu MiliarRupiah)

Pasal 91 : Barang siapadengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis yang diproduksi dan atau diperdagangkan,dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 tahun dan atau denda paling banyak Rp.800.000.000,00.,(Delapan ratus juta rupiah).

Pasal 92 ayat 1 : Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000.00., (seratus miliar rupiah).

Pasal 93 : Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi asal pada barang atau jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atau asal jasa tersebut, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 Tahun dan atau denda paling banyak Rp. 800.000.000.00 (Delapan Ratus Juta Rupiah).

Pasal 94 ayat 1 “ Barang siapa memperdagangkan barang dan atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan atau jasa tersebut

merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam pasal 90, pasal 91, pasal 92, dan pasal 93dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 Tahun atau denda paling banyak Rp. 200.000.000.00., (Dua ratus juta rupiah)

Selain itu, Pasal 382 bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana mengancam setiap perbuatan persaingan yang tidak jujur dengan pidana penjara. Dari segi perdata tentu saja Pasal 1365 KUHPerdata yang menyatakan tiap perbuatan melanggar hukum yang membawa kerugian bagi orang lain, mewajibkan orang yang karena kesalahannya menimbulkan kerugian itu mengganti kerugian, bisa menjadi dasar untuk mengugat pesaing curang tadi.

Dengan demikian suatu tuntutan hukum atas perbuatan persaingan curang merupakan langkah yang masuk akal yang bisa dilakukan pemegang merek terkenal yang sah. Pesaing curang yang mendompleng atau “**Ketenaran**” sebuah merek yang terkenal melalui peniruan desain produk dalam bentuk kemasan atau karakteristik desain dalam suatu produk merupakan pelanggaran hukum, baik secara pidana, perdata maupun sesuai ketentuan perlindungan konsumen.

3. Pertimbangan Hukum Hakim Terhadap Putusan 512K/Pdt.Sus-HKI/2016

1. Bahwa, diketahui tergugat dengan sengaja dan itikad tidak baik telah mengajukan permohonan merek “Mawar + Logo. Kelas 03 tanggal 6 agustus 2008 dengan jenis barang minyak rambut, kosmetik, sediaan-sediaan untuk memutihkan, sabun, wangi-wangian, minyak sari, masker kecantikan dan telah terdaftar dalam daftar umum merek dengan sertifikat no. IDM 000257050.

2. Bahwa, sesuai ketentuan pasal 68 ayat 1 undang-undang RI No 15 tahun 2001, tentang merek pengugat sesuai kepentingannya dalam mengajukan pembatalan merek Mawar + Logo milik tergugat mendaftarkan kembali merek mawar+logo dibawah agenda no. D00.2015. 041615 tanggal 29 Juni 2015 pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual cq Direktorat Merek Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia RI.
3. Bahwa, tergugat mengajukan Permohonan Pendaftaran Merek Mawar + Logo dengan unsur kesengajaan dan Itikad buruk agar menimbulkan konflik dan persaingan curang atau menyesatkan. Oleh karena itu tergugat juga telah melanggar undang-undang merek No.15 tahun 2001 pasal 4 yaitu Mereka tidak dapat di daftarkan atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.
4. Bahwa merek mawar + logo milik tergugat juga memiliki kesamaan pada kesamaan atau persamaan pada pokoknya dengan merek pengugat. Hal ini juga telah melanggar UUM No. 15 Tahun 2001 pasal 6 ayat 1 yaitu permohonan harus ditolak oleh direktorat jenderal apabila merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan /atau jasa yang sejenis.(Putusan Nomor 512 K/Pdt.Sus-HKI/2016)

Pada kasus diatas Pertimbangan Hakim sangat jelas menolak kasasi karena kesalahan dari pihak tergugat yang mempunyai itikad tidak baik yang menimbulkan kerugian kepada pihak Penggugat dan seharusnya dari awal Pihak Direktorat Merek Departemen Hukum dan HAM harusnya menolak lebih awal sehingga tidak menimbulkan kekacauan di kemudian hari.

4 KESIMPULAN

Dari seluruh uraian maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemegang Merek dapat menggunakan Mereknya dengan catatan tanpa melanggar aturan-aturan yang ada dalam penggunaan merek sekaligus melarang pihak lain untuk menggunakan mereknya.
2. Pemegang merek yang sah dapat mengajukan gugatan kepada Pengadilan Niaga apabila merek yang digunakannya di tiru oleh pihak lain dan sanksi yang dikenakan harus sesuai dengan undang-undang yang berlaku.
3. Pertimbangan Hakim sangat jelas menolak kasasi karena kesalahan dari pihak tergugat yang mempunyai itikad tidak baik yang menimbulkan kerugian kepada pihak Penggugat dan seharusnya dari awal Pihak Direktorat Merek Departemen Hukum dan HAM harusnya menolak lebih awal sehingga tidak menimbulkan kekacauan di kemudian hari.

Saran

1. Merek di gunakan untuk memperkenalkan produk bagi masyarakat luas maka dari itu kita dilarang untuk memakai

- merek orang lain tanpa sepengetahuan yang mempunyai merek tersebut.
2. Dalam penerapan hukum bagi mereka yang menggunakan merek orang lain harus di berikan hukuman yang setimpal karena penggunaan merek tanpa izin termaksud juga dengan pencurian secara sengaja.
 3. Untuk pengembangan merek-merek yang dihasilkan oleh pemegang merek yang sah harus tetap diawasi dan dilindungi agar tidak adanya penggunaan merek yang ganda.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Sengketa Merek dan Putusan Berbeda Para Hakim <https://tirto.id/sengketa-merek-dan-putusan-berbeda-para-hakim-bT7D>, diakses tanggal 21 april 2019

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Atsar. 2018. Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Andrian Sutedi. 2009. Hak Atas Kekayaan Intelektual. Jakarta: Sinar Grafika.
- Fazar Nurcahya Dwi Putra. 2014. Perlindungan Hukum Bagi Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek', Mimbar Keadilan, Jurnal Ilmu Hukum, Edisi Januari-Juni.
- Ida Ayu Windhari Kusuma Pertiwi. 2014. Pelanggaran Merek Terkenal dan Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak dalam Perspektif Paris Convention dan UU merek Indonesia, Jurnal Magister Hukum Udayana, Vol 7 No.3.
- Siti Marwiyah. 2011. Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal, Jurnal De jure syariah dan Hukum, Volume 2 nomor 1.
- Tommy HendraPurwaka. 2018. Perlindungan Merek. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2015