
Perlindungan Hukum Terhadap Barang atau Merek KW di Indonesia*

Luthfi Al Qarani Muhammad Taufik,¹ Marni Emmy Mustafa,² Farhana³

Universitas Jayabaya Jakarta

 [10.15408/jlr.v4i4.27931](https://doi.org/10.15408/jlr.v4i4.27931)

Abstract

The period of global trade, in accordance with Indonesia's ratification of international accords. As the role of the brand becomes increasingly significant, particularly in ensuring healthy business rivalry, adequate brand regulation is required to deliver community services. Trademark is a subset of Intellectual Property Rights, in which the brand provides a specific amount of value to the circulation of goods. In tandem with a rise in market demand, the development of the circulation of items with in-demand brands will increase, as will the requirements and lifestyles of the community. Frequently, business actors infringe the mark in order to meet the price and quality requirements of the community with counterfeit or KW goods. So that the establishment of unhealthy companies conducted by unlicensed business actors of counterfeit goods. The existence of infractions in the society necessitates legal protection for brand owners. The author employs a qualitative research approach and normative research in this study. Legal protection against counterfeit goods or KW and consumer protection has been regulated in Indonesian laws and regulations, according to the study's findings.

Keywords: Legal protection; Brand; Indonesia

* Received: January 20, 2022, Revision: February 21, 2022, Publish: July 15, 2022.

¹ **Luthfi Al Qarani Muhammad Taufik** adalah Mahasiswa Program Magister Ilmu Hukum di Universitas Jayabaya Jakarta. Email: Luthfialqarani@yahoo.com

² **Marni Emmy Mustafa** adalah Dosen Pembimbing di Program Magister Ilmu Hukum Universitas Jayabaya Jakarta.

³ **Farhana** adalah Dosen Pembimbing di Program Magister Ilmu Hukum Universitas Jayabaya Jakarta.

A. PENDAHULUAN

Pada jaman era globalisasi yang sangat maju ini banyak masyarakat yang ingin tampil modis dengan menggunakan pakaian atau barang-barang dari merek terkenal di luar negeri yang notabene harga dari barang tersebut bisa dikatakan sangat mahal dan tidak terjangkau. Hal tersebut memicu masyarakat tidak lagi memakai ataupun membeli barang-barang buatan dalam negeri.⁴

Salah satu bentuk pembangunan perekonomian nasional adalah melalui perdagangan⁵, dalam dunia perdagangan tampaknya tidak mungkin dapat melepaskan persoalan merek. Merek telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari sebuah produk dan sebagai salah satu identitasnya. Selama ini sudah banyak barang-barang yang dijual di pasar tradisional maupun *supermarket* misalnya, dengan mudah akan menemukan barang-barang seperti baju, sepatu, sabun, kopi, susu dengan bermacam ragam merek. Demikian pula dengan jasa-jasa yang diperdagangkan seperti jasa perbankan, perbengkelan, asuransi, dan sebagainya tampak mereknya dipasang pada papan nama, gedung kantor, kendaraan, maupun pakaian dinas. Merek memang sengaja dilekatkan pada sebuah produk dengan maksud untuk membedakan produk yang satu dengan produk lainnya. Dari sinilah merek memerankan fungsinya sebagai alat pembeda.⁶

Merek dipandang dari segi kedudukannya tidak dapat dipisahkan dari Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HKI) karena merek merupakan salah satu bagian dari HKI.⁷ Secara umum HKI dapat digolongkan menjadi dua kategori utama, yaitu hak cipta dan hak kekayaan industri. Ruang lingkup hak cipta adalah karya cipta dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, sedangkan ruang lingkup hak kekayaan industri (Patent, Merek, Desain Industri, DTLST, Rahasia Dagang, dan PVT) adalah dalam bidang teknologi.⁸

Banyak alasan mengapa banyak industri memanfaatkan merek-merek terkenal untuk produk-produknya, salah satunya adalah agar mudah dijual, selain itu merek tak perlu repot-repot mengurus nomor pendaftaran ke Dirjen

⁴ Nafri, Moh (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia. *Maleo Law Journal*. Vol. 2 No. 1

⁵ Hasyim, Farida. (2011). *Hukum Dagang*. Jakarta: Sinar Grafika. Hlm 1

⁶ Supramono, Gatot. (2008). *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta. Hlm 12

⁷ Supramono, Gatot. (2008). *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*.

⁸ Hariyani, Iswi (2010). *Prosedur Mengurus Hak Kekayaan Intelektual yang Benar*. Yogyakarta: Pustaka Yutisia. Hlm 13-17

HaKI atau mengeluarkan uang jutaan rupiah untuk membangun citra produknya (*brand image*). Mereka tidak perlu repot-repot membuat divisi riset dan pengembangan untuk dapat menghasilkan produk yang selalu *up to date*, karena mereka tinggal menjiplak produk orang lain dan untuk pemasarannya biasanya “bandar” yang siap untuk menerima produk jiplak tersebut. Secara ekonomi memang memanfaatkan merek terkenal mendatangkan keuntungan yang cukup besar dan fakta di lapangan membuktikan hal tersebut, selain itu juga didukung oleh daya beli konsumen yang pas-pasan tetapi ingin tampil trendi.⁹

Adanya barang-barang yang sama dengan barang tiruan tanpa lisensi (selanjutnya disebut barang “KW”) mengakibatkan terjadinya persaingan tidak sehat. Konsumen yang tidak teliti membeli barang akan terkecoh dengan barang yang menggunakan merek “KW” karena harganya terjangkau. Barang “KW” memiliki beragam kualitas yang membuat para penggunanya mampu untuk mendapatkannya dengan menyesuaikan *budget* yang dimiliki. Adanya persaingan tersebut berakibat pemilik merek yang asli merasa dirugikan karena omset penjualannya menjadi menurun.¹⁰ Perlu adanya tindakan pencegahan dan penanggulangan terhadap permasalahan seperti itu, agar ada penghargaan terhadap pemegang merek asli dan membuka pikiran masyarakat terhadap originalitas suatu produk sehingga lebih sadar teknologi.¹¹

Praktik perdagangan di Indonesia, dari pedagang kaki lima hingga swalayan dapat dijumpai berbagai macam produk barang yang menggunakan merek terkenal, tetapi sebenarnya hanyalah tiruan belaka. Banyak ditemukan para pedagang kaki lima menjual produk-produk celana, baju dan sepatu dengan merek-merek terkenal seperti Levi’s, Piere Cardin, Piero, H & R, dan lain-lain. Untuk jenis tas dijumpai merek-merek Gucci & Charles Jordan, kesemua barang tersebut dijual dengan harga yang lebih murah.

Penyebab mengapa bisnis pemalsuan meningkat antara lain:¹²

⁹Law Community, Perlindungan Hukum Terhadap Pemanfaatan Merek Terkenal melalui <https://wonkdermayu.wordpress.com/artikel/perlindungan-hukum-terhadap-pemanfaatan-merek-terkenal/> diakses tanggal 9 Desember 2021

¹⁰ *Ibid*

¹¹ Prihantoro, Kukuh Enjang. (2015). *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terhadap Predaran Barang Tiruan Tanpa Lisensi di Indonesia, Skripsi*, Universitas Jember.

¹² Rosidawati, R. (2013). *Perlindungan Hak atas Masuknya Barang-barang Palsu dan Tiruan Dikaitkan dengan Perlindungan Konsumen*. Jurnal Hukum. Universitas Islam Nusantara. Hlm 345

1. Banyaknya keuntungan yang diperoleh, keuntungan lebih mudah diperoleh dibandingkan dengan jumlah investasi dan biaya yang diperlukan untuk aktivitas pemalsuan. Misalnya para pemalsu tidak harus menanggung besarnya biaya riset, iklan, tuntutan pendaftar HKI atau untuk mendapatkan lisensi, dan untuk mendapatkan hak merek. Selain itu pemalsu tidak perlu menanggung biaya pemakaian mesin-mesin yang berkualitas tinggi misalnya untuk memproduksi barang dan tidak perlu membayar pajak dan biaya asuransi.
2. Walaupun kegiatan pemalsuan sudah dikecam, para pemalsu masih bisa dengan mudah untuk menutupi kerugian maupun denda yang dibebankan oleh pengadilan.
3. Tingkat teknologi yang sudah maju, barang-barang tiruan dan bajakan yang berkualitas tinggi dapat dengan mudah diproduksi oleh para pemalsu.
4. Sindikat atau kelompok kejahatan berkemungkinan untuk menjadi pendukung distribusi barang-barang tiruan atau pendukung finansial, khusus untuk barang-barang dengan merek terkenal.
5. Tidak efektifnya tindakan penegakan hukum di sebuah negara, sementara itu, barang-barang tiruan dari bajakan berpusat dan beredar di negara tersebut.

Semakin berkembangnya perdagangan antar negara ditandai dengan membaiknya sarana transportasi yang berakibat pemasaran barang menjadi luas dan menyebabkan pemasaran dari suatu produk melewati batas-batas negara, maka untuk menjamin perlindungan hukum terhadap merek dagang secara Internasional maka pada tahun 1883 di Paris, London, Stockholm dibentuk perjanjian TRIP's (*Trade Relation Aspects o Intellectual Property Right*) dan pada tahun 1994 Indonesia menandatangani Pembentukan World Trade Organisation (WTO) sebagai konsekuensi keikutsertaan pemerintah dalam putaran Uruguay (1986-1993) dan sebagai negara peserta dalam penandatanganan persetujuan tersebut).¹³

Penggunaan merek dalam barang-barang bermerek yang tanpa izin dari pemilik merek ini telah diatur dalam ketentuan tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu Undang-Undang No. 20 tahun 2016¹⁴, yang mana hal tersebut

¹³ Ediningtyas, Hayu, Sekar. (2015). *Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang)* Skripsi, Universitas Negeri Semarang, Semarang. Hlm 10

¹⁴ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merk dan Indikasi Geografis

dapat dijadikan dasar hukum penuntutan bagi pemakai merek tanpa izin tersebut. Namun dalam Undang-undang Perdagangan No. 7 Tahun 2014 tidak memuat pembahasan mengenai larangan terhadap penggunaan merek tanpa izin tersebut, tapi telah jelas diatur dalam Undang-Undang Merek.¹⁵

B. METODE PENELITIAN

Metode yang dipergunakan adalah metode penelitian normatif. Penelitian normatif penelitian berlandaskan hukum kepustakaan atau didasarkan data sekunder.¹⁶ Dalam metode penelitian ini menggunakan sumber bahan hukum primer yaitu bersumber dari Undang-Undang. Bahan Hukum Sekunder yaitu buku-buku mengenai hukum dan jurnal hukum. Teknik Deskripsi adalah teknik yang digunakan dalam Pengolahan bahan hukum ini, dimana analisis bahan hukum dilakukan dengan menguraikan apa adanya suatu kondisi atau posisi dari proposisi hukum atau non hukum.

C. HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Perlindungan hukum adalah salah satu wacana yang banyak digulirkan guna menjamin hak-hak masyarakat.¹⁷ Philipus M. Hadjon menjelaskan bahwa perlindungan hukum adalah suatu kondisi subjektif yang menyatakan hadirnya keharusan pada diri sejumlah subjek hukum untuk segera memperoleh sejumlah sumber daya guna kelangsungan eksistensi subjek hukum yang dijamin dan dilindungi oleh hukum agar kekuatannya secara teroganisir dalam proses pengambilan keputusan politik maupun ekonomi khususnya pada distribusi sumber daya baik para perangkat individu maupun struktural.¹⁸

Perlindungan HKI pada dasarnya mempunyai urgensi tersendiri. Urgensinya, bahwa seluruh hasil karya intelektual akan dapat dilindungi. Arti kata dilindungi disini akan berkorelasi pada tiga tujuan hukum, yakni; Pertama, kepastian hukum artinya dengan dilindunginya HKI akan sangat jelas

¹⁵ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

¹⁶ Soerjono Soekanto, 1985, Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat, CV. Rajawali, Jakarta, hlm. 15

¹⁷ Hadjhon, M Philipus.(1987). *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu. hlm2

¹⁸ Ardian, Vira Agnes. (2008). Prospek Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Kesenian Tradisional di Indonesia. *Tesis*. Semarang. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro. hlm 44

siapa sesungguhnya pemilik atas hasil karya intelektual; Kedua, kemanfaatan, mengadung arti bahwa dengan HKI dilindungi maka akan ada manfaat yang akan diperoleh terutama bagi pihak yang melakukan perlindungan itu sendiri, semisal; dapat memberikan lisensi bagi pihak yang memegang hak atas HKI dengan manfaat berupa pembayaran royalti (*royalty payment*); dan Ketiga, keadilan, adalah dapat memberikan kesejahteraan bagi pihak pemegang khususnya dalam wujud peningkatan pendapatan dan bagi negara dapat menaikan devisa negara.¹⁹

Perlindungan bagi konsumen di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen memiliki hak yang dinyatakan secara tegas didalam pasal 4 huruf (h) Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan: “hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”.²⁰

Sangat jelas apabila konsumen yang membeli barang yang menggunakan merek tanpa izin pemilik merek dapat menuntut haknya sebagaimana yang diatur dalam Pasal 4 huruf (h) Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut. Hak untuk mendapat ganti rugi tersebut didapatkan apabila konsumen merasa kualitas dan kuantitas barang yang dikonsumsi tidak sesuai dengan apa yang dibayangkan oleh konsumen. Jenis dan jumlah dari ganti kerugian itu tentu saja ditentukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku atas kesepakatan dari masing-masing pihak yang terlibat.²¹

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian palsu adalah tiruan atau duplikasi dari benda yang aslinya. Maka jika dikaitkan dengan barang palsu yaitu segala sesuatu yang diciptakan baik itu benda ataupun suatu zat dengan meniru atau menggandakan sifat atau wujud sehingga jumlahnya lebih banyak dari benda atau zat yang aslinya.

Pelanggaran terhadap merek bertujuan untuk mendapatkan keuntungan pribadi secara mudah dengan mencoba atau melakukan tindakan meniru atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal di masyarakat tanpa memikirkan hak-hak orang lain yang hak-haknya telah dilindungi sebelumnya.

¹⁹ *Ibid*

²⁰Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,

²¹ Paulina Kasih, Perlindungan Hukum bagi Masyarakat Terhadap Peredaran Barang Palsu, 2017 URL: <http://e-journal.uajy.ac.id/11594/1/Jurnal.pdf>.

Tentu saja hal-hal demikian itu akan sangat mengacaukan roda perekonomian dalam skala nasional dan skala lokal.

Untuk membangun sebuah reputasi merek memerlukan biaya yang tidak sedikit dan waktu yang cukup lama serta hal lain yang juga tidak kalah penting bahwa reputasi yang baik akan menimbulkan kepercayaan dari konsumen. Perusahaan-perusahaan cenderung berupaya untuk mencegah orang/perusahaan lain untuk menggunakan merek tersebut dalam produk-produknya.²²

Seluruh perbuatan itu sangat merugikan pemilik merek. Karena akibat dari persaingan tidak jujur (pemalsuan dan peniruan merek terkenal) akan mengurangi omzet penjualan sehingga mengurangi keuntungan yang sangat diharapkan dari mereknya yang lebih terkenal tersebut. Bahkan dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap merek tersebut, karena konsumen menganggap bahwa merek yang dulu dipercaya memiliki mutu yang baik ternyata sudah mulai turun kualitasnya.²³

Konsep perlindungan hukum terhadap hak merek tersebut mengacu pada sifat hak merek yang bersifat khusus (*exclusive*). Hak khusus tersebut bersifat monopoli artinya hak itu hanya dapat dilaksanakan oleh pemilik merek. Tanpa adanya izin dari pemilik merek, orang lain tidak boleh mempergunakan hak khusus. Jika ada pihak lain yang mempergunakan hak khusus tadi dengan tanpa adanya izin dari pemilik hak merek, maka telah terjadi pelanggaran yang dapat dikenai sanksi tertentu.²⁴

Perlindungan hukum terhadap merek yang terdaftar, khususnya terhadap merek-merek terkenal sangat perlu dilakukan. Pada umumnya yang banyak dijadikan sasaran peniruan dan pemalsuan adalah merek terkenal, yang diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualan dari pelaku pelanggaran merek yang tidak bertanggung jawab. Jika suatu merek sudah memperoleh predikat terkenal, maka bentuk perlindungan hukum yang diperlukan agar terhadap tersebut terhindar dari peniruan atau pemalsuan oleh orang lain, adalah bentuk perlindungan hukum yang bersifat preventif dan represif yang dititik beratkan pada upaya untuk mencegah agar merek terkenal tersebut tidak dipakai orang lain secara salah.

²² Natih, Dhaamya, Dita; Griadhi, Yuliartini, Ni Made Ari. (2019) Perlindungan Konsumen Terkait Transaksi Jual Beli Barang Bermerek Palsu Secara Online, *Jurnal Universitas Undayana*, Bali. Vol 7 No 10

²³ *Ibid*

²⁴ Sudjarmiko, Agung. (2000). Perlindungan Hukum Hak Atas Merek, *Yuridika*, Vol. 15 No. 5 September Agustus. Hal. 349.

Apabila merek telah terdaftar, maka mendapat perlindungan hukum, baik secara perdata maupun pidana. Terkait dengan perlindungan hukum secara pidana, yaitu dengan pemberian hukuman kepada barang siapa yang telah melakukan kejahatan dan pelanggaran merek sebagaimana diatur dalam Pasal 100 UU Merek dan Indikasi Geografis. Pasal 100 UU Merek pada dasarnya memberikan ancaman hukuman penjara paling lama lima tahun dan/atau denda paling banyak satu milyar rupiah kepada barang siapa yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan.²⁵

Perlindungan hukum secara perdata juga diberikan kepada pemegang merek yang sah. Kalau hak merek telah dipegang, maka menurut system hukum merek Indonesia, pihak pemegang merek tersebut akan mendapatkan perlindungan hukum. Artinya apabila terjadi pelanggaran hak atas merek, pihak pemegang merek dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lainnya yang melakukan pelanggaran hak atas merek. Gugatan ini ditujukan untuk mendapatkan ganti rugi dan penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.²⁶

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. 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

²⁵ Lubis, Chairunisa. *Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Pasar Palangkaraya Medan)*, *Skripsi*, Universitas Sumatera Utara, 2020. hlm. 3.

²⁶ Riswandi, Agus, Budi; Syamsudin, M. (2005). *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta., hlm 82

Merek, juga dapat dikenai sanksi yang dapat ditinjau dari hukum pidana, perdata, maupun administrasi.²⁷

D. KESIMPULAN

Perlindungan hukum merek dijamin dalam pasal 21 Undang-undang No. 20 Tahun 2016. Penggunaan merek orang lain tanpa izin tertulis dari pemiliknya atau pemalsuan dikatakan sebagai pelanggaran hukum. Perlindungan hukum secara perdata juga diberikan kepada pemegang merek yang sah. Kalau hak merek telah dipegang, maka menurut system hukum merek Indonesia, pihak pemegang merek tersebut akan mendapatkan perlindungan hukum. Artinya apabila terjadi pelanggaran hak atas merek, pihak pemegang merek dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lainnya yang melakukan pelanggaran hak atas merek. Apabila merek telah terdaftar, maka mendapat perlindungan hukum, baik secara perdata maupun pidana.

REFERENSI:

- Ardian, Vira Agnes. (2008). *Prospek Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Kesenian Tradisional di Indonesia. Tesis*. Semarang. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro
- Ediningtyas, Hayu, Sekar. (2015). *Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang)* Skripsi, Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Hadjhon, M Philipus.(1987). *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu
- Hariyani, Iswi (2010). *Prosedur Mengurus Hak Kekayaan Intelektual yang Benar*. Yogyakarta: Pustaka Yutisia
- Hasyim, Farida.(2011). *Hukum Dagang*. Jakarta: Sinar Grafika
- Muhamad Djumhana dan Djubaedillah.,*Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997

²⁷Muhamad Djumhana dan Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hlm 93

- Nafri, Moh (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia. *Maleo Law Journal*. Vol. 2 No. 1
- Natih, Dhaamya, Dita; Griadhi, Yuliartini, Ni Made Ari. (2019) Perlindungan Konsumen Terkait Transaksi Jual Beli Barang Bermerek Palsu Secara Online, *Jurnal Universitas Undayana*, Bali. Vol 7 No 10
- Law Community, Perlindungan Hukum Terhadap Pemanfaatan Merek Terkenal melalui <https://wonkdermayu.wordpress.com/artikel/perlindungan-hukum-terhadap-pemanfaatan-merek-terkenal/> diakses tanggal 9 Desember 2021
- Lubis, Chairunisa. Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Pasar Palangkaraya Medan), *Skripsi*, Universitas Sumatera Utara, 2020.
- Paulina Kasih,, Perlindungan Hukum bagi Masyarakat Terhadap Peredaran Barang Palsu, 2017 URL: <http://e-journal.uajy.ac.id/11594/1/Jurnal.pdf>.
- Prihantoro, Kukuh Enjang. (2015). *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terhadap Predaran Barang Tiruan Tanpa Lisensi di Indonesia*, *Skripsi*, Universitas Jember.
- Rosidawati, R. (2013). *Perlindungan Hak atas Masuknya Barang-barang Palsu dan Tiruan Dikaitkan dengan Perlindungan Konsumen*. *Jurnal Hukum*. Universitas Islam Nusantara.
- Riswandi, Agus, Budi; Syamsudin, M. (2005). *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Soerjono Soekanto, 1985, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, CV. Rajawali, Jakarta
- Supramono, Gatot. (2008). *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sudjatmiko, Agung. (2000). *Perlindungan Hukum Hak Atas Merek*, *Yuridika*, Vol. 15 No. 5 September Agustus
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merk dan Indikasi Geografis
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen