



Analisis Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 1349 K/Pdt.Sus-HKI/2022

Analysis of Legal Protection of Trademark Rights Analysis in The Supreme Court Decision Number 1349 K/Pdt.Sus-Hki/2022

Danindra Lazuardi Satriatama^{1*}, Ulil Afwa²

¹Fakultas Hukum, Universitas Jendral Soedirman, Indonesia

²Fakultas Hukum, Universitas Jendral Soedirman, Indonesia

*danindra.satriatama@gmail.com

INFO ARTIKEL:

Riwayat Artikel:

Dikirim : 9/07/2024
Diterima : 10/07/2024
Diterbitkan : 19/07/2024

Article History:

Received: : 2024/07/9
Accepted : 2024/07/10
Published : 2024/07/19

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis perlindungan hukum Hak atas Merek dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 1349 K/Pdt.Sus-HKI/2022. Menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan metode pendekatan kasus (*case approach*) dan spesifikasi penelitian deskriptif analitis. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*), yang kemudian disajikan dalam bentuk teks naratif dengan menggunakan metode normatif kualitatif sebagai metode analisis data. Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Penggugat sebagai pemilik Merek ERG kurang mendapat perlindungan hukum terhadap Hak atas Mereknya dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 1349 K/Pdt.Sus-HKI/2022 yang mana belum sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Kata Kunci : Hak atas Merek; Perlindungan Hukum; Prinsip *First to File*.

Abstract:

This study aims to analyze the legal protection of Trademark rights under Law Number 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications within the context of Supreme Court Decision Number 1349 K/Pdt.Sus-HKI/2022. This research employs a normative juridical research methodology with a case approach and analytical descriptive research specifications. Secondary data sources encompass primary, secondary, and tertiary legal materials. Data collection for this research utilizes library research methods, subsequently presented in the form of narrative texts, employing qualitative normative methods as a

data analysis approach. Based on the discussions, it can be concluded that the Plaintiff, as the owner of the ERG Trademark, received limited legal protection for their Trademark rights in Supreme Court Decision Number 1349 K/Pdt.Sus-HKI/2022, which does not align with the provisions of Law Number 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications

Keywords: *First to File Principle; Legal Protection; Trademark Rights.*



*This work is licensed under a **Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.***

PENDAHULUAN

Merek sebagai suatu tanda pengenal dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa yang sejenis atau sekaligus merupakan jaminan mutunya bila dibandingkan dengan produk barang atau jasa sejenis atau sekaligus merupakan jaminan mutunya bila dibandingkan dengan produk barang atau jasa sejenis yang dibuat pihak lain, sehingga dengan melihat, membaca dan mendengar suatu merek, seseorang sudah dapat mengetahui secara persis bentuk dan kualitas suatu barang atau jasa yang akan diperdagangkan oleh pembuatnya (Usman, 2003). Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) mendefinisikan merek sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2 (dua) dimensi 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.

Tiga hal yang harus diperhatikan dalam suatu merek, yaitu sebagai suatu tanda pembeda yang dapat membedakan produk satu dengan produk lainnya, selanjutnya terkait tempat dimana merek itu diterapkan, dan digunakan untuk perdagangan jasa dan atau barang. Bagi pelaku usaha merek menjadi suatu hal yang penting, karena selain sebagai tanda pembeda, merek merupakan aset dan alat promosi, serta dapat digunakan sebagai alat segmentasi pasar. Selain itu juga mempunyai kekuatan dalam menarik pembeli dan pelanggan dan

memudahkan pelanggan untuk menemukan bisnis dari pemilik merek (Endang Setyowati, & Ana Kadarningsih, 2023).

Pesatnya perkembangan perekonomian khususnya pola perdagangan yang diikuti dengan kemajuan teknologi, selain mempermudah proses komunikasi dan transaksi, di sisi lain juga dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak memiliki itikad baik untuk mengambil keuntungan sendiri dengan cara melanggar hak orang lain. Seperti halnya di dalam dunia usaha, dimana banyak terjadi praktek pemakaian merek tanpa hak, terutama merek yang terkenal dengan tujuan hanya untuk menarik keuntungan semata-mata yang dilakukan secara sengaja oleh pihak yang bertanggung jawab (Gultom, 2018).

Salah satu sengketa kasus yang berkenaan dengan Merek terdapat dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 1349 K/Pdt.Sus-HKI/2022 antara Muhamad Adi Mulya Pranata selaku pemilik Merek ERG sebagai Penggugat melawan Muhamad Sadad sebagai Tergugat I dan PT Idea Solusi Indonesia sebagai Tergugat II selaku pemilik Merek ERIGO + Lukisan. Penggugat merasa dirugikan oleh Para Tergugat yang melakukan pelanggaran Merek berupa menggunakan tanda yang memiliki perasamaan pada pokoknya dengan Merek milik Penggugat serta dengan tanpa hak menggunakan Merek terdaftar milik orang lain. Berposisi sebagai pihak yang kalah pada putusan tingkat pertama, Para Tergugat/Para Pemohon Kasasi mengajukan Kasasi ke Mahkamah Agung terkait dengan Putusan Nomor 80/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Jkt Pst. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 1349 k/PDT.SUS-HKI/2022.”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan metode pendekatan kasus (*case approach*) dan spesifikasi penelitian deskriptif analitis. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Pengumpulan data pada penelitian

ini menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*), yang kemudian disajikan dalam bentuk teks naratif dengan menggunakan metode normatif kualitatif sebagai metode analisis data.

PEMBAHASAN

Analisis Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 1349/Pdt. Sus-HKI/2022.

Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya (Hadjon, 1987). Pasal 1 angka 5 UU MIG menyebutkan bahwa Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Apabila suatu pendaftaran Merek telah diterima, berdasarkan ketentuan Pasal 35 UU MIG, Merek yang telah terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan.

Rahmi Jened berpendapat bahwa jika suatu Merek telah disetujui pendaftarannya, maka pemilik Merek terdaftar mendapatkan hak eksklusif untuk menggunakan Mereknya, seperti (Hadjon, 1987):

- a. Hak menggunakan Merek untuk produk barang dan/atau jasa;
- b. Hak mengizinkan pihak lain menggunakan Merek terdaftar dengan cara lisensi yang sesuai dengan ketentuan hukum;
- c. Hak untuk melarang pihak lain menggunakan Merek yang memiliki persamaan secara keseluruhan (*identic*) maupun persamaan pada pokoknya (*similar*);
- d. Hak untuk investasi, mengingat bahwa Merek terdaftar termasuk aset yang tidak berwujud (*intangible asset*);
- e. Hak untuk mengalihkan Merek.

Berdasarkan hasil penelitian Putusan Mahkamah Agung Nomor 1349 K/Pdt.Sus-HKI/2022, Muhamad Adi Mulya Pranata sebagai Penggugat terdaftar dalam Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (PDKI) sebagai pemilik Merek ERG dengan Nomor Pendaftaran IDM000540156 dengan tanggal dimulai perlindungan 18 Februari 2014 dalam kode kelas 25. Muhammad Sadad dan PT Idea Solusi Indonesia terdaftar dalam PDKI sebagai pemilik Merek ERIGO + Lukisan dengan Nomor Pendaftaran IDM000507415 dengan tanggal dimulai perlindungan 2 Agustus 2013 dalam kode kelas 25.

Kelas Merek adalah pengelompokan atas suatu bidang usaha yang dijalankan oleh Merek yang bersangkutan, dan menjadi parameter yang digunakan secara global dalam perlindungan merek, serta berfungsi sebagai pembatas Hak yang diberikan terhadap Merek (Sln, 2023). Merujuk pada Sistem Klasifikasi Merek Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, secara garis besar Kelas 25 mencakup pakaian, alas kaki, dan tutup kepala.

Berdasarkan hasil penelitian Putusan Mahkamah Agung Nomor 1349 K/Pdt.Sus-HKI/2022 menunjukkan Merek ERG milik Penggugat dengan Nomor Pendaftaran IDM000540156 dengan tanggal dimulai perlindungan 18 Februari 2014 untuk melindungi Merek dalam kelas barang 25. Hal ini diperkuat dengan lampiran bukti berupa *print out* status terdaftar Merek ERG pada PDKI Dirjen HKI Kemenkumham RI. Begitu juga dengan Merek ERIGO + Lukisan milik Para Tergugat Nomor Pendaftaran IDM000507415 dengan tanggal dimulai perlindungan 2 Agustus 2013 yang diperkuat dengan alat bukti berupa *print out* status terdaftar Merek dengan Nomor Pendaftaran IDM000507415 dan Nomor Permohonan D002013037801, keduanya mendaftar pada Kelas Nice yang sama, yakni Kelas Barang 25.

Dalam konteks pendaftaran Merek, Ranti Fauza Mayana dan Tisni Santika mengemukakan terdapat dua sistem bagi pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya, yakni sistem konstitutif (*first to file principle*) dan sistem deklaratif (*first to use principle*) (Mayana, 2021). Sehubungan dengan dua sistem tersebut, Rendy Alexander berpendapat bahwa konsep kepemilikan Merek di Indonesia

mengandung prinsip “*first to file*”, yang berarti perlindungan Merek baru akan timbul apabila pemilik Merek telah mendaftarkan Merek miliknya terlebih dahulu ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Dirjen HKI Kemenkumham) (Alexander, 2022).

Sistem perlindungan Merek secara *first to file* sudah termaktub dalam Pasal 1 angka 5 UU MIG. Selanjutnya juga disebutkan dalam Pasal 3 UU MIG bahwa Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar. Berdasarkan hasil penelitian, Majelis Kasasi mempertimbangkan prinsip *first to file* principle sebagai unsur yang dipertimbangkan pada bagian pertimbangan hukum. Penggugat yakni Muhamad Adi Mulya Pranata sebagai pemilik Merek ERG mendalilkan sebagai pemilik hak Merek ERG dengan Nomor Pendaftaran IDM000540165, tanggal penerimaan 8 Maret 2014 dalam kelas 25 (dua puluh lima) untuk melindungi jenis barang untuk produk alas kaki dan *apparel*/pakaian. Kemudian berdasarkan alat bukti berupa Sertifikat Merek dengan Nomor Pendaftaran IDM000507415 tanggal 2 Agustus 2013, Merek ERIGO + Lukisan milik Para Tergugat telah terdaftar dan oleh karena itu Tergugat dalam menggunakan merek sudah berdasarkan alas hak yang sah dan harus dilindungi oleh hukum.

Namun, dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 1349 K/Pdt.Sus-HKI/2022 yang terdiri dari delapan halaman, Majelis Kasasi dalam pertimbangan hukumnya hanya mempertimbangkan aspek *first to file* perihal pendaftaran kedua merek berperkara. Tetapi, Hakim Kasasi tidak turut mempertimbangkan penggunaan tanda “ERG” pada beberapa produk milik Para Tergugat yang memiliki unsur persamaan pada pokoknya dengan Merek ERG milik Penggugat.

Agung Indriyanto dan Irnie Mela Yusnita berpendapat bahwa merek dinilai mempunyai persamaan pada pokoknya apabila unsur pembentuk merek tidak identik dengan merek pihak lain melainkan ada tambahan atau modifikasi yang membuatnya tampak sedikit berbeda. Merek demikian berpotensi menimbulkan kebingungan atau kekeliruan pada masyarakat mengenai sumber produk (Indriyanto, 2017).

Menurut Penjelasan Pasal 21 ayat (1) UU MIG, yang dimaksud dengan “persamaan pada pokoknya” adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara Merek yang satu dengan Merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang terdapat dalam Merek tersebut.



Gambar 1. Kaos bertuliskan “ERG” milik Merek ERG
(ERG Footwear & Apparel, 2021)



Gambar 2. Kaos bertuliskan “ERG” milik Merek ERIGO
(Erigo Store, 2021)

Menurut Yurisprudensi Mahkamah Agung dalam Putusan Nomor 279 PK/Pdt/1992 tanggal 6 Januari 1998, bahwa penilaian ada atau tidaknya unsur “persamaan pada pokoknya” tidak hanya ditentukan pada bentuk tulisan saja,

melainkan dapat pula didasarkan pada persamaan-persamaan lainnya, yang dapat dideskripsikan ke dalam poin-poin berikut:

1. Sama bentuk (*similarity of form*);

Menurut Rachmadi Usman, salah satu wujud/bentuk dari tanda pengenal bagi produk adalah berupa Merek huruf (Usman, 2021). Bahwa berdasarkan keterangan nomor pendaftaran IDM000540156 tanggal 18 Februari 2014, Merek ERG hanya menggunakan gabungan tiga huruf alfabet yang terdiri dari satu huruf vokal (E) dan dua huruf konsonan (R dan G) sehingga tidak dapat diujarkan sebagai suatu morfem yang dapat berdiri sendiri maupun gabungan, maka Merek ERG termasuk ke dalam bentuk Merek Huruf. Begitu juga dengan tanda “ERG” pada produk milik ERIGO + Lukisan, yang di dalamnya juga terdiri dari satu huruf vokal (E) dan dua huruf konsonan (R dan G) serta tidak dapat diujarkan sebagai suatu morfem tunggal maupun gabungan, maka tanda tersebut masuk ke dalam bentuk Merek Huruf.

2. Sama komposisi (*similarity of composition*);

Menurut Leonardo Adi Dharma Widya dan Andreas James Darmawan, yang dimaksud dengan komposisi dalam desain grafis adalah suatu susunan unsur desain yang digunakan dalam perencanaan komposisi, yang ditata/di-*layout* secara serasi/*harmony* dengan berlandaskan prinsip-prinsip desain sehingga tercapai kesatuan antara unsur-unsur desain (*total organization*) (Widya, 2016). Berdasarkan pengertian tersebut perihal tata letak huruf dari masing-masing tanda, Merek ERG meletakkan huruf E sebagai huruf pertama di sebelah kiri, huruf R pada huruf kedua di tengah, dan huruf G sebagai huruf ketiga di bagian kanan. Begitu juga dengan tanda “ERG” yang terdapat pada produk milik Merek ERIGO + Lukisan, juga meletakkan huruf E sebagai huruf pertama di sebelah kiri, huruf R pada bagian tengah, dan huruf G di sebelah kanan. Ketiga huruf tadi memiliki proporsi yang sama satu sama lain, sama-sama ditampilkan dengan huruf kapital, serta tidak ada huruf yang

berukuran lebih besar atau lebih kecil dari huruf lainnya dalam tanda “ERG”.

3. Sama kombinasi (*similarity of combination*);

Kombinasi menurut KBBI adalah gabungan beberapa hal (pengertian, perkara, warna, pasukan, dan sebagainya). Dalam kaitannya dengan perkara *a quo*, tanda ERG yang digunakan pada produk Merek ERIGO + Lukisan menggunakan gabungan dari tiga huruf alfabet yakni E, R, dan G, yang di dalamnya terdapat satu huruf vokal (E) dan dua huruf konsonan (R dan G). Kombinasi ini serupa dengan kombinasi huruf yang digunakan Merek ERG pada Mereknya.

4. Sama unsur bunyi dan ucapan (*similarity of sound and phonetic*);

Fonetik membicarakan proses yang terjadi mulai dari saat pembentukan bunyi-bunyi oleh si pembicara sampai pada saat si pendengar menyadari berita yang diwujudkan melalui bunyi-bunyi itu (Lapoliwa, 1988).

Bunyi dapat dipelajari dari segi pendengar sebagai suatu proses yang mulai dari penerimaan rangsanagan berupa gelombang-gelombang bunyi, perubahan rangsangan hingga menjadi isyarat yang dapat dikirimkan ke otak, dan pengolahan isyarat-isyarat bunyi itu hingga pendengar menyadari berita yang terkandung dalam isyarat-isyarat itu (Lapoliwa, 1988). Dalam abjad Bahasa Indonesia, penulisan “ERG” pada Merek ERG terdiri dari huruf abjad E, R, dan G. E adalah huruf “e” yang diucapkan dengan “é”. R adalah huruf “er” yang diucapkan dengan “èr”. G adalah huruf “ge” yang diucapkan dengan “gé” (Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia, 2016). Begitu juga terhadap tanda “ERG” yang terdapat pada beberapa produk Merek ERIGO yang terdiri dari susunan huruf abjad E, R, dan G, diucapkan dengan “é- èr- gé.”

Bila dialih-bahasakan ke dalam Bahasa Inggris, kedua tanda tersebut sama-sama terdiri dari alfabet E, R, dan G. E dalam penulisan latin ditulis dengan “e” dan diucapkan dengan lafal “/i:/”. R dalam penulisan latin ditulis dengan “er” dan diucapkan dengan lafal “/'ar/”. G dalam

penulisan latin ditulis dengan “gē” dan diucapkan dengan lafal “/’dʒi:/” (“R, N.,” 2023). Sehingga pengucapan “ERG” pada Bahasa Inggris modern diucapkan dengan “ee-ar-jee.”

5. Persamaan penampilan (*similarity in appearance*).

Dalam menentukan ada atau tidaknya daya pembeda pada penampilan dari Merek ERG dengan tanda “ERG” pada produk milik Merek ERIGO + Lukisan adalah dengan melihat akumulasi dari aspek-aspek lain yang telah dipertimbangkan dalam Yurisprudensi. Pertimbangan tersebut diambil dengan mendasarkan pada pendapat Agung Indriyanto dan Irnie Mela Yusnita, perihal Merek dikatakan memiliki persamaan pada pokoknya, modifikasi yang dilakukan oleh Merek ERIGO + Lukisan terhadap tanda “ERG” yang mereka gunakan pada produknya hanya mengganti jenis *font* yang digunakan. Namun, secara kasat mata dua tanda “ERG” yang bersangkutan memiliki kemiripan dari aspek-aspek yang telah peneliti telaah pada poin-poin sebelumnya.

Selain mempermasalahkan unsur persamaan pada pokoknya, Penggugat juga menggugat perbuatan Para Tergugat yang dengan tanpa hak menggunakan Merek orang lain. Untuk menghindari praktik iktikad tidak baik tersebut, UU MIG mengatur ketentuan hukum terkait pengalihan Hak atas Merek terdaftar yang diatur dalam Pasal 41 ayat (1) dan (2) UU MIG. Di samping itu, pemberian Lisensi dari pemilik Merek kepada pihak lain juga diatur dalam Pasal 1 angka 18 *jo*. Pasal 42 ayat (1) UU MIG.

Menurut Dwi Rezki Sri Astarini, pengalihan Hak atas Merek terdaftar wajib dimohonkan pencatatannya pada Dirjen HKI dengan disertai dokumen yang mendukung (Astarini, 2009). Berdasarkan hasil penelitian, hal yang dilakukan oleh Para Tergugat Muhammad Sadad dan PT Idea Solusi Indonesia telah bertentangan dengan ketentuan Pasal 41 UU MIG yang mengatur ketentuan tentang pengalihan Hak atas Merek terdaftar. Penggugat yakni Muhamad Adi Mulya Pranata selaku pemilik Merek ERG telah mengirimkan email yang berisi pemberitahuan terkait Merek Terdaftar ERG Penggugat kepada Para Tergugat

sebanyak tiga kali. Akan tetapi, Para Tergugat tidak mengindahkan email-email tersebut dan tetap menggunakan tanda “ERG” pada varian produk yang mereka produksi berupa *sweatshirt* dan *hoodie*.

Perbuatan Para Tergugat yang demikian juga tidak sesuai dengan pendapat Dwi Rezki Sri Astarini, bahwa tidak terdapat pencatatan permohonan pemindahan Hak atas Merek dari masing-masing pihak membuat perbuatan yang dilakukan oleh Para Tergugat tidak memiliki landasan hukum. Hal ini dapat diidentifikasi dari Para Tergugat yang tidak dapat memberikan alat bukti yang membuktikan bahwa telah terjadi perpindahan Hak atas Merek ERG di antara kedua belah pihak.

Begitu juga terhadap ketentuan pemberian lisensi Merek. Tidak terdapatnya perbuatan hukum yang berkaitan dengan pemberian lisensi dari Merek ERG milik Penggugat kepada Merek ERIGO + Lukisan milik Para Tergugat, maka perbuatan yang dilakukan oleh Para Tergugat tidak sesuai dengan ketentuan Pasal 1 angka 18 jo. Pasal 42 UU MIG tentang lisensi beserta ketentuannya. Sehingga membuat Para Tergugat tidak memiliki hak untuk menggunakan Merek atau tanda yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan Merek ERG milik Penggugat.

SIMPULAN

Pemilik Merek ERG kurang mendapat perlindungan hukum terhadap Hak atas Mereknya dengan diputusnya Putusan Mahkamah Agung Nomor 1349 K/Pdt.Sus-HKI/2022 dengan berprinsip pada *first to file principle* serta dasar hukum Sertifikat Merek yang menunjukkan tanggal pendaftaran masing-masing Merek, tanpa turut mempertimbangkan aspek lain seperti ada atau tidaknya unsur persamaan pada pokoknya dan unsur tanpa hak menggunakan Merek terdaftar milik orang lain.

REFERENSI

Alexander, R. (2022). Penerapan Prinsip “First To File” Pada Konsep Pendaftaran Merek Di Indonesia. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 10(9), 2110. <https://doi.org/10.24843/ks.2022.v10.i09.p12>

- Astarini, D. R. S. (2009). *Penghapusan Merek Terdaftar*. PT Alumni.
- Baiti, D. M. L. N., Dewi, S. A., Ristianti, A. I., hanifah, s., & pamungkas, k. R. (2024). Tinjauan Yuridis Pelanggaran Hak Merek Dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 162 K/PDT.SUS-HKI/2021. *ejournal.warunayama.org*. <https://doi.org/10.3783/causa.v4i3.3524>
- Gultom, M. H. (2018). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek. *Warta Dharmawangsa*, 56, 290642. <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i56.14>
- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. PT Bina Ilmu.
- Indriyanto, A., & Yusnita, I. M. (2017). *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*. Rajawali Press.
- Jened, R. (2015). *Hukum Merek/Trademark Law (Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*. Kencana Prenada Media Group.
- Mayana, R. F., & Santika, T. (2021). *Hukum Merek: Perkembangan Aktual Pelindungan Merek dalam Konteks Ekonomi Kreatif di Era Disrupsi Digital*. Refika Aditama.
- Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia, 2016
- Putri, V. K. M. (2021, 21 April). *Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi dan contohnya*. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/21/132024669/tipografi-pengertian-elemen-fungsi-klasifikasi-dan-contohnya?page=all#page2>
- R, n. (2023). In *Oxford University Press eBooks*. <https://doi.org/10.1093/oed/1142588225>
- Sln. (2023, October 20). *Mau daftar merek? pahami dulu kelas merek biar ga ditolak DJKI!* SmartLegal.id. <https://smartlegal.id/hki/merek/2021/02/20/mau-daftarkan-merek-pahami-dulu-kelas-merek-biar-gak-ditolak-djki/>
- Soeroso, R. (2011). *Pengantar Ilmu Hukum*. Sinar Grafika.
- Tim Pengembang Pedoman Bahasa Indonesia. (2016). *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Usman, R. (2003). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual: dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*. Alumni.