

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMEGANG HAK MEREK
TERKENAL HUGO BOSS DARI PENIRUAN**

Oleh:

Ida Ayu Ketut Artami ¹, Kadek Januarsa Adi Sudharma ², Made Widya
Prasasti³

E-mail: artami@undiknas.ac.id¹, januarsa.adi@undiknas.ac.id²,
widyaprasasti@gmail.com³

Fakultas Hukum, Universitas Pendidikan Nasional

ABSTRACT

Keywords:

Legal
Protection;
Trademark
Right Holder;
Well-known
Trademarks

For the sake of prestige, Indonesian people prefer to buy well-known brand products. This then used by industry players to gain profits by committing trademark infringement against well-known international brands. One brand that is often being imitated is HUGO BOSS, which is famous in the field of fashion. The problem that arises from this background is how the procedure for registering international marks in Indonesia and the legal protection for HUGO BOSS trademark rights holders according to Law no. 20 of 2016 (MIG Law)? Normative legal research is used in this research. Legal materials types used are, primary which is MIG Law; secondary; and tertiary are used. This research uses a case and legislation approach. The technique of analyzing legal materials is qualitative descriptive to describe regulation related to trademark rights, legal protection specifically for well-known marks systematically. The result is that the procedure for registering international marks in Indonesia is based on Article 52 of the MIG Law which is further regulated in the PP Madrid Protocol. Foreign parties wishing to register a trademark in Indonesia must submit a registration application to the international bureau and it will forward the application to the Minister. The legal protection given HUGO BOSS is preventive legal protection, by registering a mark as regulated in the MIG Law, PP Madrid Protocol and other regulation regarding trademark. HUGO BOSS also gets repressive legal protection, by filing a trademark cancellation lawsuit to the Commercial Court and submitting an appeal to the Supreme Court.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Perlindungan
Hukum;
Pemegang Hak

Demi meningkatkan prestise, masyarakat Indonesia lebih memilih untuk membeli produk merek terkenal. Hal itu kemudian dimanfaatkan oleh pengusaha untuk memperoleh keuntungan dengan melakukan

Merek; Merek Terkenal

pelanggaran merek terhadap merek internasional terkenal. Salah satu merek yang kerap ditiru ialah HUGO BOSS yang terkenal dibidang fashion. Rumusan masalah yang timbul dari latar belakang tersebut ialah bagaimana prosedur pendaftaran merek internasional di Indonesia? ; bagaimana perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek HUGO BOSS di Indonesia menurut UU No. 20 Tahun 2016 (UU MIG)? . Penelitian hukum normatif dipakai dalam penelitian ini. Jenis bahan hukum yang dipergunakan adalah bahan hukum primer yaitu UU MIG, sekunder berupa literatur, dan tersier berupa kamus. Penulis menggunakan pendekatan kasus dan perundang-undangan. Pengumpulan bahan hukum dikerjakan dengan menginventarisasi sumber hukum positif. Teknik deskriptif kualitatif digunakan dengan menggambarkan suatu kebijakan terkait dengan hak merek dengan perlindungan hukum yang mengkhusus kepada merek terkenal secara sistematis. Hasil dari penelitian ini adalah Prosedur pendaftaran merek internasional di Indonesia dilakukan berdasarkan UU MIG Pasal 52 yang diatur lebih lanjut dalam PP Protokol Madrid. Pihak yang berasal dari luar negeri jika ingin mendaftarkan mereknya di Indonesia harus terlebih dahulu menyerahkan permohonan pendaftaran mereknya kepada biro internasional yang kemudian akan diteruskan kepada Menteri. Perlindungan hukum yang diberikan terhadap pemegang hak merek terkenal HUGO BOSS adalah perlindungan hukum secara preventif yaitu dengan melakukan pendaftaran merek agar mendapat perlindungan hukum sesuai peraturan yang berlaku. HUGO BOSS juga mendapatkan perlindungan hukum secara represif yaitu dengan mengajukan gugatan pembatalan merek ke Pengadilan Niaga serta mengajukan kasasi kepada MA.

PENDAHULUAN

Demi meningkatkan *prestige*, masyarakat Indonesia lebih memilih untuk membeli produk buatan merek asing yang terkenal ketimbang dengan merek lokal. Munculnya berbagai macam merek di Indonesia juga menyebabkan terjadinya persaingan yang kemudian menimbulkan pelanggaran terhadap merek atau HKI. Hal tersebut kemudian dimanfaatkan oleh pelaku industri atau pengusaha demi mendapatkan keuntungan pribadi, yaitu dengan meniru dan memalsukan berbagai merek asing terkenal. Para pelaku industri atau pengusaha membuat barang tiruan, palsu, imitasi, kualitas rendah dan meniru merek-merek internasional yang terkenal kemudian menjualnya dengan harga lebih murah demi mendapat keuntungan. Masyarakat dengan kemampuan ekonomi menengah kebawah yang ingin memakai merek terkenal namun tidak mampu

membeli barang yang asli akhirnya memutuskan untuk membeli barang yang tiruan, walaupun barang tiruan itu berkualitas rendah. Apabila pada suatu merek terdaftar terindikasi pada pokoknya mengandung persamaan dengan merek yang lebih dahulu terdaftar, dapat dikatakan merek itu didaftarkan dengan itikad tidak baik (Cantika, 2018). Merek barang dan jasa harus melalui tahapan yang tidak mudah untuk menjadi merek terkenal, karena dalam mencapai hal tersebut dibutuhkan usaha, kreativitas, biaya, energi dan lain-lain (Muzakki dkk, 2018). Mengabaikan peniruan merek sama saja dengan membenarkan tindakan peniruan merek. Jika sekarang terus diabaikan, maka tindakan peniruan merek akan semakin marak terjadi (Zaichkowsky, 2020). Peniruan merek adalah salah satu pelanggaran terhadap hak merek yang dalam dunia perdagangan dapat menimbulkan kerugian terhadap pemegang hak merek, investor, dan pemerintah dalam hal ini pajak, juga membuat citra Indonesia sebagai pelanggar HKI semakin buruk.

Marwiyah berpendapat bahwa kasus pelanggaran merek terkenal bisa ditemukan pada pusat perbelanjaan yang berada di mal ternama di Indonesia sampai pedagang kaki lima (Marwiyah, 2010). Contoh kasus pelanggaran yang pernah terjadi di Indonesia yakni sengketa Pierre Cardin asal Perancis dengan Pierre Cardin kepunyaan warga negara Indonesia atas nama Alexander Satryo Wibowo. Kasus tersebut pada akhirnya dimenangkan oleh merek Pierre Cardin milik warga negara Indonesia (Wijaya, 2020). Pada saat sengketa tersebut berlangsung, Indonesia sudah menjadi anggota Konvensi Paris atau WTO dan memiliki UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek pula sudah meratifikasi Perjanjian TRIPs. Dalam Pasal 16 TRIPs menyatakan bahwa perlindungan kepada merek terkenal tak terkecuali perlindungan atas kelas barang maupun jasa yang tidak sejenis ataupun sejenis harus disediakan negara peserta Konvensi Paris maupun WTO. Menurut pendapat saya, pertimbangan hakim dalam memutus perkara tersebut tidak tepat (Sudharma, 2021).

Selain contoh yang sudah penulis jelaskan di atas, salah satu merek terkenal yang kerap ditiru ialah HUGO BOSS. HUGO BOSS merupakan salah satu merek terkenal dibidang produk *fashion* dan parfum. HUGO BOSS didirikan oleh Hugo Ferdinand Boss pada tahun 1924 di Metzingen, Jerman. Merek HUGO BOSS sudah terkenal dan memiliki gerai yang tersebar hampir di berbagai negara. Hingga kini, terdapat sekitar 11 gerai HUGO BOSS di Indonesia. HUGO BOSS kerap ditiru karena memiliki citra yang baik di dunia *fashion* dan parfum dengan harga yang cukup mahal dan kualitas yang bagus. Banyak para pelaku industri yang ingin mendapatkan keuntungan dengan cara meniru barang dagangannya dan bahkan dengan meniru logo dari merek HUGO BOSS ataupun dengan membonceng reputasi atau passing off (Sudharma, 2019). Berdasarkan hasil putusan yang dikeluarkan oleh Mahkamah Agung yang sudah *inkracht* dengan nomor putusan yaitu Nomor 520 K/Pdt.Sus-HKI/2021 (yang selanjutnya disebut Putusan Kasasi HUGO BOSS) yang memutus sengketa antara HUGO BOSS melawan Anthony Tan, merek HUGO BOSS sudah terdaftar di Indonesia dan memperoleh perlindungan hukum pada tahun 1989 dan merek milik Anthony Tan yang terdaftar dalam kurun waktu 2008 sampai 2010 dengan itikad tidak baik

telah didaftarkan serta pada pokoknya memuat persamaan dengan HUGO BOSS. Hal tersebut tentu saja merugikan HUGO BOSS selaku pemegang merek.

Berdasarkan latar belakang tersebut, seiring berkembangnya zaman tidak menutup kemungkinan terhadap terjadinya pelanggaran hak merek yang lebih serius dan merugikan banyak pihak. Bagi pemegang hak merek yang sah, adanya perlindungan hukum merupakan hal yang sangat penting untuk mencegah pihak lain menggunakan dan melakukan pelanggaran merek dan kemudian mengambil keuntungan pribadi. Maka dari itu, penulis mengangkat tema yaitu Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Terkenal HUGO BOSS dari Peniruan Merek. Tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk memberitahukan kepada pembaca bagaimana prosedur pendaftaran merek internasional di Indonesia juga perlindungan hukum yang didapatkan oleh pemegang hak merek terkenal HUGO BOSS di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian hukum normatif dipakai pada penelitian ini. Penulis memakai pendekatan kasus sengketa pelanggaran hak merek HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG melawan Anthony Tan dengan Putusan Nomor 27/Pdt.Sus.Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. dan Putusan Kasasi HUGO BOSS dan juga pendekatan perundang-undangan yang digunakan adalah UU MIG. Sumber bahan hukum yang dikenal di Indonesia antara lain bahan hukum primer, sekunder, serta tersier yang berasal dari jenis data dalam tradisi ilmu social (Sonata,2015). Pengumpulan bahan hukum dikerjakan dengan cara menginventarisasi sumber-sumber hukum positif yang mencakup dokumen resmi, literatur, hasil penelitian berupa laporan, buku harian dan sebagainya. Teknik analisis bahan hukum yang dipakai penulis yaitu deskriptif kualitatif. Maksud dari teknik deskriptif yaitu peneliti menguraikan secara lugas mengenai suatu kondisi hukum (Diantha,2016).

PEMBAHASAN

PENGATURAN PROSEDUR PENDAFTARAN MEREK INTERNASIONAL DI INDONESIA

Sistem pendaftaran merek di Indonesia jika ditelaah dari UU MIG menggunakan sistem konstitutif dimana hanya yang telah mendaftarkan mereknya yang berhak atas merek tersebut (Asa,2019). Pada sistem konstitutif mengandung prinsip *First to file*, artinya yang lebih awal mengajukan permohonan pendaftaran merek yang diberikan pendaftaran suatu merek (Asmara dkk, 2019). Berdasarkan hal tersebut, Pendaftaran merek merupakan hal signifikan yang bermaksud untuk mendapatkan kepastian juga perlindungan hukum. Pendaftaran merek dapat dilakukan di DJKI. Terkait dengan pendaftaran Merek Internasional telah diatur dalam UU MIG Pasal 52 serta PP Protokol Madrid.

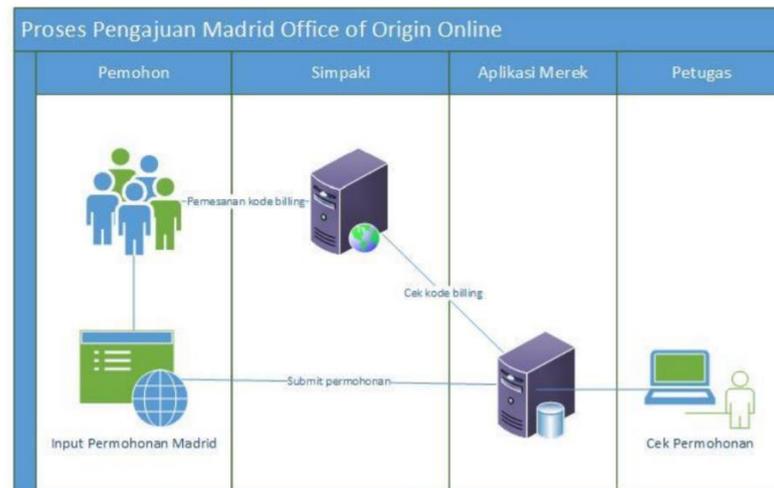
Pada UU MIG Pasal 52 tersirat bahwa permohonan pendaftaran merek internasional bisa dilakukan oleh pemohon yang berasal dari Indonesia melalui Menteri yang dialamatkan kepada biro internasional ataupun pemohon yang berasal dari negara asing yang ingin mendaftarkan di Indonesia dari biro

internasional akan diterima serta diproses lebih lanjut oleh Menteri. Pemohon dari Indonesia dapat mengajukan permohonan yang melalui Menteri ditujukan ke biro internasional hanya jika mereka merupakan WNI dan berdomisili di wilayah NKRI, serta benar-benar mempunyai kegiatan usaha industri di wilayah Indonesia. Sedangkan, pemohon yang berasal dari luar negeri harus terlebih dahulu menyampaikan permohonan atau mempunyai pendaftaran merek dasar kepada biro internasional, kemudian permohonan pendaftaran merek internasional akan diterima oleh Menteri untuk diproses ke tahap selanjutnya.

Setelah merek tersebut sudah dimohonkan pendaftarannya kemudian dilakukan pemeriksaan secara substansif sesuai dengan ketentuan. Menteri akan menyampaikan kepada Biro Internasional hasil pemeriksaan substansif paling lama 18 bulan dari tanggal pemberitahuan Pendaftaran Internasional. Hasil pemeriksaan tersebut berupa didaftar ataupun ditolak oleh Menteri. Berdasarkan Pasal 24 UU MIG dan 14 PP Protokol Madrid, jika pemeriksa menentukan permohonan bisa didaftarkan, maka Menteri mendaftarkan merek, kemudian menginformasikan kepada pemohon maupun kuasanya atau dalam hal ini kepada Biro Internasional terkait pendaftaran merek tersebut, lalu mengeluarkan sertifikat merek juga mencanangkan pendaftaran merek di berita resmi merek via elektronik atau non elektronik. Pendaftaran internasional yang berupa merek kolektif menurut Pasal 16 PP Protokol Madrid, pemegang harus menyerahkan salinan ketentuan mengenai penggunaan merek kolektif tersebut dan terjemahannya ke dalam bahasa Indonesia.

Suatu merek dapat mendaftarkan mereknya di negara anggota Konvensi Paris menggunakan Hak prioritas. Hak prioritas adalah hak yang hanya dimiliki oleh negara-negara anggota Konvensi Paris. Pendaftaran merek dengan hak prioritas menurut Konvensi Paris diberikan hanya jika didahului dengan permohonan menggunakan hak prioritas serta hanya untuk negara-negara anggota Konvensi Paris (Sufiarina,2019). Dalam UU MIG tentang Permohonan pendaftaran merek menggunakan Hak Prioritas dijelaskan bahwa permohonan pendaftaran tersebut haruslah diajukan paling lambat 6 bulan sejak negara lain yang termasuk anggota dari Konvensi Paris menerima pendaftaran merek pertama kali. Bukti penerimaan permohonan pertama kali yang melahirkan hak prioritas yang dialihbahasakan ke bahasa Indonesia adalah hal yang wajib dilampirkan dalam mengajukan permohonan pendaftaran merek menggunakan hak prioritas. Dalam waktu hingga 3 bulan sesudah hak mengajukan permohonan berakhir, maka permohonan menggunakan hak prioritas yang tanpa disertai bukti tetap ditangani namun tidak mememakai hak prioritas (Sudharma,2022).

Berdasarkan panduan pengajuan *Madrid Office of Origin Online* melalui aplikasi merek yang diluncurkan oleh Kemenkumham Republik Indonesia. Pada aplikasi merek disebutkan bahwa untuk pemohon asing (WNA) diharuskan untuk memakai jasa konsultan KI. Berikut adalah alur permohonan pendaftaran merek berdasarkan Protokol Madrid:



Gambar 1 Proses pengajuan permohonan pendaftaran merek internasional berdasarkan Protokol Madrid

Penjelasan alur:

1. Pemohon memesan kode *billing* di Aplikasi SIMPAKI dengan jenis pelayanan : “MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS, Permohonan pendaftaran Merek Internasional berdasarkan Protokol Madrid, Biaya administrasi permohonan pendaftaran Merek Internasional yang berasal dari Indonesia”
2. Jika sudah membayar kode *billing*, pemohon kemudian masuk ke Aplikasi Merek. Silakan melakukan Registrasi akun terlebih dahulu jika pemohon belum memiliki akun Aplikasi Merek.
3. Untuk pengecekan kode *billing*, Aplikasi Merek telah terintegrasi dengan Aplikasi SIMPAKI.
4. Jika sudah berhasil masuk ke dalam Aplikasi Merek, pemohon dapat memasukkan data permohonan *Madrid Office of Origin Online*, kemudian kirim data permohonan *Madrid Office of Origin Online*.
5. Akan dilakukan pengecekan data permohonan yang telah dikirim oleh pemohon oleh petugas dan dapat kemudian dicetak.

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMEGANG HAK MEREK TERKENAL HUGO BOSS DARI PELANGGARAN PENIRUAN MEREK MENURUT UU MIG

HUGO BOSS merupakan pemegang hak atas merek dagang sekaligus pemilik yang telah menjadi merek terkenal di dunia dan terdaftar di Indonesia yaitu “HUGO BOSS” juga merek yang memuat elemen kata “HUGO” dan/atau “BOSS” termasuk variasi lainnya. Merek HUGO BOSS termasuk dalam kriteria merek terkenal yang terdapat pada Permenkumham 67 Tahun 2016.

HUGO BOSS adalah pihak yang mengajukan pertama kali pendaftaran merek “HUGO BOSS” di Indonesia. Pendaftaran itu bertujuan melindungi produknya yang termasuk kelas 3, 18, 24 dan 25 yang kemudian terdaftar dengan nomor pendaftaran 245294 dan telah memperoleh perlindungan hukum sejak tanggal 24 Januari 1989. Hal tersebut dibuktikan dengan kepemilikan sertifikat merek dan

sampai dengan saat ini telah diperpanjang dan tercatat dalam perpanjangan pendaftaran/sertifikat dengan nomor IDM000202212, IDM000202213, IDM000202214 dan IDM000202215 yang berlaku sampai dengan tanggal 24 Januari 2029. HUGO BOSS tidak menggunakan hak prioritas saat mendaftar di Indonesia, hal tersebut dibuktikan dengan tidak adanya nomor prioritas.

HUGO BOSS kerap ditiru karena memiliki citra yang baik di dunia *fashion* dan parfum dengan harga yang cukup mahal dan kualitas yang bagus. Banyak para pelaku industri yang ingin mendapatkan keuntungan dengan cara meniru barang dagangannya dan bahkan dengan meniru logo dari merek HUGO BOSS ataupun dengan membonceng reputasi atau passing off (Sudharma, 2021).

Yustisiari Perdana Kusumah, S.H., M.H. yang diberikan kuasa oleh HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG, yang berkedudukan di Metzingen, Jerman sebagai Pemohon Kasasi (dahulu Penggugat) dalam hal ini menunjuk ANTHONY TAN, yang bertempat tinggal di Jakarta Utara, sebagai Termohon Kasasi (dahulu Tergugat) yang memberikan kuasanya kepada Ali Imron, S.H., M.H.. HUGO BOSS juga menunjuk DJKI cq Direktorat Merek dan Indikasi Geografis yang berkedudukan di Jakarta sebagai Turut Termohon Kasasi (dahulu Turut Tergugat).

HUGO BOSS ialah pemilik sekaligus pemegang hak merek dagang yang menjadi merek terkenal di dunia dan terdaftar di Indonesia yaitu "HUGO BOSS" dan merek yang berisi komponen kata "HUGO" dan/atau "BOSS" termasuk variasi lainnya. HUGO BOSS menilai terdapat persamaan pada pokoknya serta unsur iktikad tidak baik dari Anthony Tan.

Permohonan Kasasi diajukan oleh HUGO BOSS dengan dasar bahwa HUGO BOSS keberatan atas Putusan nomor 27/Pdt.Sus.Merek/2020/PN.Niaga.Jkt.Pst. Berdasarkan putusan tersebut, HUGO BOSS menggugat merek milik Anthony Tan yang telah didaftarkan di DJKI pada kelas 25 antara lain Merek HUGO SELECT LINE (nomor pendaftaran IDM000263074) terdaftar 4 Agustus 2010; Merek HUGO SELECTION dengan nomor perpanjangan pendaftaran IDM000156405 tertanggal pendaftaran 3 Maret 2008 dan Merek HUGO SELECTLINE + LUKISAN dengan nomor pendaftaran IDM000248527 terdaftar 24 Mei 2010. HUGO BOSS dalam gugatannya juga menuntut Turut Tergugat untuk menyatakan bahwa merek milik Anthony Tan tersebut sudah didaftarkan dengan iktikad tidak baik karena pada pokoknya telah mempunyai persamaan yaitu pada kata "HUGO" dimana kata "HUGO" tersebut merupakan kata dominan dalam merek HUGO BOSS, serta menyatakan batal demi hukum pendaftaran maupun perpanjangan yang dilakukan Anthony Tan terhadap merek tersebut. Hakim berdasarkan salah satu pertimbangannya yaitu pada merek Anthony Tan telah terdapat faktor pembeda, kemudian pada tanggal 7 Januari 2021 memutuskan menolak gugatan HUGO BOSS serta menghukum HUGO BOSS menanggung biaya ditimbulkan dalam perkara.

HUGO BOSS yang merasa keberatan atas Putusan tersebut melalui kuasanya kemudian mengajukan Permohonan Kasasi kepada Mahkamah Agung pada 20 Januari 2021. Berdasarkan pertimbangan Hakim Agung kemudian

permohonan kasasi tersebut diterima. Hakim Agung kemudian berpendapat pertimbangan Judex Facti yang mengatakan ada pembeda antar merek adalah salah (Gorda,2022).

Perlindungan hukum yang diperoleh oleh HUGO BOSS adalah sebagai berikut: Perlindungan hukum secara preventif terhadap pemilik hak merek terkenal HUGO BOSS yang didapat karena telah mendaftarkan mereknya di DJKI sesuai dengan Pasal 35 UU MIG adalah 10 tahun dari tanggal penerimaan (Sudharma,2020). Perlindungan tersebut dapat diperpanjang. Merek HUGO BOSS sudah terdaftar dengan nomor pendaftaran 245294 dan telah memperoleh perlindungan hukum sejak tanggal 24 Januari 1989. Hal tersebut dibuktikan dengan kepemilikan sertifikat merek dan sampai dengan saat ini telah diperpanjang dan tercatat dalam perpanjangan pendaftaran/sertifikat nomor IDM000202212, IDM000202213, IDM000202214 dan IDM000202215 yang berlaku sampai dengan tanggal 24 Januari 2029.

Dikabulkannya gugatan dari HUGO BOSS yaitu dengan membatalkan atau menyatakan batal demi hukum merek dari Anthony Tan.

PENUTUP

Prosedur pendaftaran merek internasional di Indonesia dilakukan berdasarkan UU MIG Pasal 52 yang kemudian diatur lebih lanjut dalam PP Protokol Madrid. Pihak dari luar negeri jika ingin mendaftarkan mereknya di Indonesia harus terlebih dahulu menyerahkan permohonan pendaftaran mereknya kepada biro internasional yang kemudian oleh biro internasional akan diteruskan kepada Menteri. Permohonan pendaftaran merek internasional dari luar negeri ke Indonesia juga dapat dilakukan secara elektronik melalui Aplikasi Merek yang diluncurkan oleh DJKI.

Perlindungan hukum yang diperoleh pemegang hak merek terkenal HUGO BOSS adalah secara preventif yaitu dengan pendaftaran merek yang diatur dalam UU MIG, Permenkumham 67 Tahun 2016 jo. Permenkumham 12 Tahun 2021, PP Protokol Madrid. Selain perlindungan hukum secara preventif, HUGO BOSS juga mendapatkan perlindungan hukum secara represif yaitu mengajukan gugatan pembatalan merek ke Pengadilan Niaga serta mengajukan kasasi kepada Mahkamah Agung.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, A., Rahayu, S. W., & Bintang, S. (2019). Studi Kasus Penerapan Prinsip Pendaftaran First To File Pada Pembatalan Merek Cap Mawar. *Syah Kuala Law Journal*, 3(2), 186. <https://doi.org/10.24815/sklj.v3i2.11899>
- Assa, Belalia Jovie. (2019). PENGATURAN PENYELESAIAN PELANGGARAN MEREK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS. (2019). *LEX PRIVATUM*, 7(2), 109.

- Cantika, D. P. (2018). Pembatalan Hak Merek Yang Telah Dijadikan Jaminan Fidusia. *Jurnal Yuridis*, 5(1), 9. <https://doi.org/10.35586/v5i1.314>
- Diantha, I Made Pasek. (2016). *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Hukum*. Kencana Jakarta (p. 152). Prenada Media Group
- Gorda, A. N. S. R., Artami, I. A. K., Antari, P. E. D., Sudharma, K. J. A., & Moisa, R. V. (2022). Legal protection for copyright holders of commercialized remix song cover version. *Legality: Jurnal Ilmiah Hukum*, 30(1), 1-11.
- Marwiyah, S. (2010). PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK TERKENAL. *Journal de Jure*, 2(1), 44. <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v2i1.50>
- Muzakki, M. A., Roisah, K., & Prananda, R. R. (2018). LEGAL POLITICAL OF WELL-KNOWN TRADEMARK PROTECTION REVIEWED FROM DEVELOPMENT OF TRADEMARK LAW IN INDONESIA TO AVOID FRAUDULENT COMPETITION. *LAW REFORM*, 14(2), 177. <https://doi.org/10.14710/lr.v14i2.20865>
- Sonata, D. L. (2015). METODE PENELITIAN HUKUM NORMATIF DAN EMPIRIS: KARAKTERISTIK KHAS DARI METODE MENELITI HUKUM. *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum*, 8(1), 31. <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v8no1.283>
- Sufiarina, S. (2019). HAK PRIORITAS DAN HAK EKSLUSIF DALAM PERLINDUNGAN HKI. *ADIL: Jurnal Hukum*, 3(2), 279. <https://doi.org/10.33476/ajl.v3i2.811>
- Sudharma, K. J. A., Dharmawan, N. K. S., Rahayu, A. A. A. N. S., Saravistha, D. B., & Artami, I. A. K. (2021). Recruitment policy for prospective civil servant for persons with disabilities on specific formation: Opportunities or obstacles. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24, 1-9.
- Sudharma, K. J. A., & Widiati, D. P. (2020). Penyelesaian Sengketa Antara Tenaga Kerja Kontrak Dengan Perusahaan: Studi Kasus Sheraton Bali Kuta Resort. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 8(10), 1528-1539.
- Sudharma, K. J. A., Kurniawan, I. G. A., Ngurah, P., Sanjaya, D. P., & Asmari, D. A. Y. (2022). Law Enforcement of Pirated Film User Sites Due to the Implementation of Physical Distancing in Denpasar. *Jurnal Kertha Patrika*, 44(01).
- Sudharma, K. J. A., & Gorda, A. N. T. R. (2021, December). Consignment Agreement Regulation Model Between Craft MSMEs and Corporations Based on the Principle of Contract Balance. In *2nd International Conference on Business Law and Local Wisdom in Tourism (ICBLT 2021)* (pp. 267-271). Atlantis Press.
- Sudharma, K. J. A., & Yulianti, M. D. R. (2019). PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KEPEMILIKAN VILA DENGAN KONSEP MEPATUNG DI MESARI UBUD BALI. *Jurnal Advokasi*, 9(1).
- Wijaya, K. (2020). Perlindungan Hukum Merek Terkenal (Kasus Sengketa Merek Pierre Cardin Perancis Vs Indonesia). *Era Hukum: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 28(1), 199.

Zaichkowsky, J. L. (2020). *The Psychology Behind Trademark Infringement and Counterfeiting*. p. x. Psychology Press.
<https://doi.org/10.4324/9781315820965>