



## Perlindungan Merek sebagai Hak Kekayaan Intelektual: Studi di Kota Semarang, Indonesia

Wizna Gania Balqiz

Fakultas Hukum, Universitas Jakarta, Indonesia

Corresponding email: wznania@gmail.com

### Info Artikel

Masuk: 07 Februari 2021  
Direvisi: 16 April 2021  
Disetujui: 03 Mei 2021

#### Keywords:

Legal Protection; Brand;  
Intellectual Property

#### Kata kunci:

Perlindungan Hukum;  
Merek; Kekayaan  
Intelektual

DOI: <http://dx.doi.org/10.37253/jjr.v23i1.4360>

### Abstract

*The products produced by the creative economy will never be separated from the intellectual property in it, especially brands. However, the problem is that there are still many creative economy actors who do not register their product brands. This study uses a socio-legal research method with a statutory approach and a sociological approach. The results of this study indicate that a new brand will occur after the brand has been registered. Legal protection for creative economy product brands can be in the form of preventive protection and repressive protection. Preventive protection is provided by preventing the occurrence of trademark infringement to encourage trademark owners to register their trademarks to be legally protected. Meanwhile, repressive protection is carried out to deal with violations of trademark rights under applicable laws and regulations through judicial institutions and other law enforcement officers such as the police, Civil Servant Investigators, and the prosecutor's office to take action against violations of trademark rights. In the case of a request for violation of trademark rights, it is filed through the Ministry of Law and Human Rights.*

### Abstrak

Produk-produk yang dihasilkan oleh ekonomi kreatif tidak akan pernah terpisah dari intellectual property didalamnya khususnya merek. Namun, permasalahannya masih banyak pelaku ekonomi kreatif yang tidak mendaftarkan merek produknya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian socio-legal dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan sosiologis. Hasil penelitian ini menunjukkan kak atas merek baru akan terjadi setelah merek tersebut telah terdaftar. Perlindungan hukum terhadap merek produk ekonomi kreatif dapat berupa perlindungan secara preventif dan perlindungan secara represif. Perlindungan secara preventif diberikan dengan melakukan pencegahan terhadap terjadinya pelanggaran merek dagang dengan maksud untuk mendorong pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya agar dilindungi secara hukum. Sedangkan perlindungan secara represif dilakukan guna menangani pelanggaran hak atas merek sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku melalui lembaga peradilan dan aparat penegak hukum lainnya seperti kepolisian, Penyidik Pegawai Negeri Sipil dan kejaksaan guna melakukan penindakan terhadap pelanggaran hak merek. Dalam hal permohonan terhadap terjadinya pelanggaran hak merek dalam diajukan melalui Kementerian Hukum dan HAM.



Copyright© 2021 by Author(s)

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-Share Alike 4.0 International License.

## A. PENDAHULUAN

Kekuatan dan keberhasilan sebuah negara akan sangat ditentukan oleh kemampuan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi (Roisah, 2019). Tidak dapat dipungkiri bahwa ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan sumber terbentuknya iklim inovasi yang menumbuhkan kreatifitas sumber daya manusia (Roisah, 2019). Ekonomi kreatif (ekraf) merupakan bagian dari tumbuh kembangnya inovasi sumber daya manusia yang didasarkan ilmu pengetahuan bahkan teknologi (Pulungan, 2019). Ekraf masuk dalam golongan kelompok industri yang didalamnya terdiri atas berbagai macam industri dimana saling berkaitan dalam proses guna mewujudkan suatu ide atau gagasan yang dituangkan menjadi sebuah kekayaan intelektual (*intellectual property*) yang memiliki nilai ekonomi tinggi dalam mewujudkan kesejahteraan dan lapangan kerja bagi masyarakat luas serta agar pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat meningkat (Bafadhal, 2018). Sehingga dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif adalah suatu sistem produksi, pertukaran dan penggunaan atas produk kreatif (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008).

Produk ekraf sebagai suatu kekayaan intelektual yang dihasilkan dan dimiliki oleh seorang pencipta baik di bidang seni, sastra, ilmu pengetahuan maupun teknologi (Manggara & Kholil, 2019). Maka dari itu, sudah selayaknya perlu diberikan suatu penghargaan dari negara pada produk ekonomi kreatif sebagai suatu karya dengan nilai ekonomi yang tinggi dan harus mendapatkan perlindungan terhadap hak *intellectual property*-nya (Wahyuni, 2019). Perlindungan tersebut diberikan agar seorang pencipta atau penemu ide kreatif mendapatkan manfaat ekonomi yang dihasilkan dari karya intelektualnya tersebut. Pada dasarnya, ekraf merupakan wujud dari upaya pemerintah dalam meningkatkan pembangunan berkelanjutan melalui suatu daya kreativitas manusia. Ekraf dapat juga menciptakan suatu peluang bagi masyarakat dimana dengan adanya ekraf ini diharapkan masyarakat dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan sumber daya yang tidak hanya mengandung unsur kebaruan saja, tetapi juga tidak terbatas, yakni ide, talenta dan kerativitas. Disamping itu, industri kreatif berfokus pada suatu kreasi dan eksploitasi karya intelektual seperti misalnya seni, film, atau desain fashion termasuk juga didalamnya meliputi layanan kreatif antar perusahaan (Rongiyati, 2017).

Merek tentu merupakan simbol reputasi, yang bisa mengangkat dan mempromosikan produk dan suatu perusahaan. Pada dasarnya merek dibedakan menjadi merek dagang dan merek jasa serta merek kolektif (Muzakki, Roisah, & Prananda, 2018). Merek pun sudah digunakan sejak lama untuk menandai produk dengan tujuan menunjukkan asal-usul barang, perlindungan hukum atas merek pun makin meningkat seiring majunya perdagangan dunia. Demikian juga, merek makin berperan untuk membedakan asal-usul barang dan kualitasnya serta untuk menghindari peniruan (Balqis & Santoso, 2020). Merek sebagai salah satu bagian

HKI dimana erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan yang berperan penting terhadap perekonomian dan perdagangan suatu negara (Disemadi & Mustamin, 2020). Peraturan merek yang pertama kali diterapkan Inggris adalah hasil adopsi dari Perancis tahun 1857, dan kemudian membuat peraturan tersendiri yakni Merchandise Act tahun 1862 yang berbasis hukum pidana. Tahun 1883, berlaku Konvensi Paris mengenai hak milik industri (paten dan merek) yang banyak diratifikasi negara maju dan negara berkembang. Kemudian tahun 1973 lahir pula perjanjian Madrid, yakni perjanjian internasional yang disebut *Trademark Registration Treaty*. Di Indonesia, terdapat pengaturan mengenai merek yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (UU Merek dan IG), dengan menyesuaikan terhadap TRIPs.

Upaya mengembangkan industri kreatif, terdapat beberapa masalah yang perlu mendapat perhatian antara lain yang berkaitan dengan ekraf dimana didalamnya termasuk masalah regulasi (Hendrawan, 2015). Regulasi yang relevan dalam hal ini seperti pengaturan mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) misalnya Hak Merek yang diatur dalam UU Merek dan IG. Pasal 1 angka 1 UU Merek dan IG tentang Merek memberikan definisi mengenai Merek, yaitu merek didefinisikan sebagai tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut sebagai suatu pembeda pada produk barang atau jasa yang telah diproduksi oleh orang perseorangan atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Merek sebagai suatu pembeda ini dapat dilihat dari asal muasalnya, kualitasnya maupun keterjaminan originalitas pada produk barang atau jasa tersebut. Dengan adanya merek inilah yang akan mencegah terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat terhadap pengusaha lain yang berniat untuk menjiplak atau menggunakan merek yang telah didaftarkan terlebih dahulu (Mayana, 2018). Walaupun telah diatur dalam peraturan perundang-undangan, namun pada kenyataannya kesadaran mengenai perlindungan HKI di Indonesia masih terbilang rendah. Dapat dilihat bahwa saat ini masih rendahnya produk-produk ekonomi kreatif yang didaftarkan di Dirjen Kekayaan Intelektual. Selain itu, angka pembajakan atau plagiat terhadap suatu karya atau ide kreatif ini sangat merugikan pencipta produk ekonomi kreatifnya terutama dalam hal pemenuhan hak ekonomi penciptanya masih terbilang sangat tinggi. Hal ini disebabkan karena pandangan mengenai realitas perlindungan HKI terkait dengan prosedur pendaftaran HKI dianggap rumit, sulit, membutuhkan biaya yang besar dengan waktu yang lama dan tidak pasti. Masalah dalam hal penegakan hukum terhadap HKI juga dianggap masih tebang pilih dan kurangnya dalam mendapatkan penanganan yang baik dan profesional (Manggara & Kholil, 2019).

Implementasi pendaftaran merek pada produk-produk ekraf tidak terlepas dari suatu hambatan-hambatan yang dihadapi baik oleh pelaku ekraf maupun

Pemerintah dan Pemerintah Daerah yang mempunyai kewenangan dalam hal pendaftaran merek dagang. Dengan adanya hambatan-hambatan tersebut maka diperlukan adanya suatu upaya atau solusi guna mengatasi hambatan-hambatan dalam implementasi pendaftaran merek bagi komunitas penghasil produk ekraf. Hal ini diharapkan akan mendorong dan meningkatkan para pelaku ekraf untuk mendaftarkan merek produk ekrafnya. Mengingat bahwa produk-produk ekraf sangat rentan dengan perilaku *unfair competition*. Itu sebabnya perlindungan hukum terhadap HKI khususnya Merek di Indonesia menjadi permasalahan yang sangat penting. Seperti yang telah diketahui bahwa HKI atau *Intellectual Property Rights* (IPR) pada dasarnya merupakan hak yang lahir berdasarkan hasil karya intelektual manusia. HKI sebagai konstruksi hukum untuk melindungi *intellectual property* manusia sebagai hasil cipta karsa pencipta atau penemunya (Disemadi & Mustamin, 2020). HKI juga merupakan jantungnya ekonomi kreatif serta fondasi dari industri-industri kreatif. Namun dewasa ini HKI menjadi isu global terutama pada kalangan negara-negara industri maju sehingga perlindungan hukum terhadap HKI menjadi perhatian dunia terutama Indonesia yang telah berpartisipasi dalam perjanjian internasional yang berkaitan dengan HKI dan telah meratifikasi perjanjian tersebut. Negara memberikan perlindungan terhadap HKI salah satunya bertujuan untuk mendorong minat para pencipta maupun penemu agar mereka lebih antusias dan bersemangat dalam menghasilkan karya-karya intelektual baru demi kemajuan masyarakat (Ningsih, Waspiyah & Salsabilla, 2019).

Pentingnya pendaftaran merek atas suatu produk dan/atau jasa selain untuk menjamin kepastian hukum bagi para pemilik merek namun bisa memberikan mamfaat ekonomi bagi pengusaha. Merek dapat dijadikan cerminan dari citra, identitas dan kualitas suatu produk dan/atau jasa itu sendiri (Disemadi & Kang, 2021). Adanya merek yang memiliki citra, identitas dan kualitas yang baik dimata konsumen, maka merek tersebut secara tidak langsung memiliki reputasi yang baik pula (Mayana, 2018). Reputasi baik dari merek ini bisa mengangkat sekaligus mempromosikan produk dan/atau jasa suatu perusahaan, sehingga mampu menarik investor-investor untuk berinvestasi dengan sendirinya. Pentingnya membangun reputasi melalui merek yang terdaftar adalah karena reputasi merupakan efek dasar yang muncul sebagai faktor penting keputusan konsumen atau investor tentang sikap dan prilakunya terkait keberadaan produk dan/atau jasa. Perlindungan hukum yang diberikan terhadap suatu merek dagang bukan hanya bertujuan untuk memberikan keuntungan pada pihak produsen tetapi juga untuk memberikan perlindungan pada pihak konsumen. Maka dari itu perlindungan terhadap suatu merek sudah seharusnya diatur dengan tegas supaya konsumen dapat terlindungi dari adanya pemalsuan barang atau jasa yang menggunakan suatu merek secara tidak sah (Amboro, 2019).

Penelitian terdahulu yang mengkaji perlindungan merek telah dilakukan sebelumnya, seperti oleh: 1). Nadya Valerie dan Edbert Seligshan Horman yang berfokus pada perlindungan merek terkenal Christian Dior (Valerie & Horman, 2019); 2). Agung Sujatmiko pada tahun 2019 yang berfokus pada perlindungan hak atas merek (Sujatmiko, 2019); dan 3). U. Sudjana pada tahun 2020 yang berfokus pada efektifitas perlindungan merek (Sudjana, 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu dan paparan latar belakang di atas, maka penulis terdapat fokus penelitian pada penelitian kali ini yang membedakan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini akan berfokus pada perlindungan terhadap merek produk ekraf di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta mengkaji permasalahan yang ada yaitu mengenai perlindungan merek atas produk-produk ekraf di Kota Semarang.

## **B. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris. Metode penelitian yuridis empiris yaitu prosedur atau cara yang digunakan dalam memecahkan masalah penelitian dengan cara meneliti data sekunder terlebih dahulu guna memecahkan masalah dalam penelitian selanjutnya dengan meneliti data primer yang terdapat di lapangan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan dan pendekatan sosiologis (empiris). Penelitian yuridis empiris tidak hanya memandang hukum bukan hanya sebagai perangkat aturan perundang-undangan yang bersifat normative saja, tetapi hukum juga harus dilihat sebagai perilaku masyarakat yang menimbulkan gejala serta berpola dalam masyarakat yang selalu berinteraksi di tengah masyarakat dan berhubungan dengan seluruh aspek kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, yang menjadi penekanan dalam penelitian ini adalah aspek hukum sebagai suatu sikap masyarakat seperti nilai-nilai, ide-ide, dan kepercayaan dengan kekuatan-kekuatan sosial akan dapat menentukan bagaimana hukum ditaati atau dilanggar. Dalam pendekatan sosiologis pada penelitian ini, dilakukan di Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Jawa Tengah dan pada pelaku ekonomi kreatif di Kota Semarang, Jawa Tengah.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Upaya Perlindungan Hukum terhadap Merek di Kota Semarang**

Merek hanya merupakan suatu tanda yang dilekatkan pada suatu barang yang berfungsi sebagai daya pembeda dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Tanda ini sangat berkaitan dengan kualitas barang atau jasa yang diperdagangkan, karena meskipun merek hanyalah penanda suatu produk komersil, akan tetapi maksud merek diumumkan, dipromosikan adalah untuk menggambarkan “apa yang diberi tanda tersebut” mencerminkan brand suatu

barang atau jasa, yang akan menghasilkan opini publik tentang kepercayaan terhadap kualitas produk dan pembangunan suatu reputasi.

Merek sebagai salah satu HKI mempunyai peran yang sangat penting dalam suatu kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa guna menghindari persaingan usaha yang tidak sehat (Usanti, 2017), hal ini disebabkan karena dengan adanya merek dapat dijadikan sebagai tanda bagi suatu produk agar bisa dibedakan mengenai asal muasal, kualitas bahkan jaminan akan originalitas suatu barang. Dalam hal memilih suatu produk berdasarkan mereknya, konsumen memilih suatu produk dengan melihat keberhasilan pemasaran produknya, reputasi (*goodwill*) yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut, jaminan atas kualitas produknya atau produk tersebut memenuhi selera dari konsumen. Oleh karena itu, merek bisa dikatakan sebagai suatu image dari produk-produk tertentu yang terkait dengan adanya *goodwill* dari produk tersebut sehingga konsumen dapat terus membeli atau menggunakan produk dengan merek yang bersangkutan.

Merek bagi pelaku usaha ekraf dimana sebagian besar pelaku ekraf adalah golongan Usaha Mikro dan Kecil (UMK), merek tersebut melekat pada produk-produk ekrafnya yang digunakan sebagai tanda pengenal terhadap produknya kepada masyarakat. Selain itu merek juga dapat dijadikan sebagai identitas suatu produk. Maka dari itu, pendaftaran suatu merek menjadi hal yang sangat penting bagi pelaku ekraf agar usaha mereka dapat berkembang serta produk-produk ekraf yang dimiliki oleh para pelaku usaha ekraf dapat dilindungi dari tindakan curang pihak lain yang menimbulkan kerugian oleh pemilik merek khususnya kerugian secara ekonomis. Pentingnya suatu merek dapat mempengaruhi berkembangnya bisnis suatu barang maupun jasa. Hal ini bisa ditunjukkan dengan adanya keinginan dari masyarakat sebagai konsumen atau pembeli yang menggunakan barang atau jasa yang memiliki merek terkenal (Rois & Roisah, 2018). Namun para pelaku usaha ekraf seolah-olah acuh terhadap pentingnya perlindungan suatu merek pada produk-produk ekrafnya yang belum terdaftar. Hal ini disebabkan rendahnya kekhawatiran para pelaku ekraf jika nantinya produk ekraf mereka dijiplak ataupun ditiru oleh orang lain, menurut Bapak Denny selaku pemilik merek Kidung Bracelet hal ini timbul karena pelaku ekraf khususnya yang masih pemula merasa belum mempunyai merek atau brand yang besar dan belum dikenal oleh banyak orang sehingga mereka meyakini bahwa hasil karya kreativitasnya tidak akan ditiru atau dijiplak oleh pihak lain. Jadi dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelaku ekraf merasa belum perlu untuk mendaftarkan merek produk ekraf mereka selama tidak terjadi hal yang merugikan pada usahanya dan masih rendahnya kesadaran pelaku ekraf akan pentingnya perlindungan suatu merek terhadap produk ekrafnya tersebut (Denny, 2020).

Perlindungan terhadap merek di Indonesia menganut sistem konstitutif dengan prinsip *first to file*. Secara sederhana ini dimaksudkan bahwa merek baru akan mendapatkan perlindungan apabila merek tersebut sudah didaftarkan ke

pemerintah melalui Kementerian Hukum dan HAM (Asmara, Rahayu, & Bintang, 2019). Maka, pelaku usaha produk ekraf yang menggunakan suatu merek atas produknya namun tidak atau belum didaftarkan, maka pelaku usaha ekraf tersebut akan kehilangan perlindungan hukum terhadap mereknya. Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar dimaksudkan guna memberikan suatu hak eksklusif bagi si pemegang merek agar mereknya tidak digunakan oleh pihak lain baik merek yang sama ataupun mirip dengan yang dimilikinya untuk barang yang sama maupun barang yang hampir sama. Hak eksklusif tersebut hanya dapat digunakan oleh si pemegang merek dan tidak boleh melanggar aturan-aturan dalam penggunaan merek serta melarang pihak lain jika ada yang menggunakan mereknya tanpa izin si pemegang merek. Dengan diterapkannya prinsip *first to file* dalam perlindungan suatu merek, prinsip ini dianggap dapat memberikan kepastian hukum bagi pemegang merek terdaftar (Asmara, Rahayu, & Bintang, 2019). Prinsip ini juga memberikan kekuatan dalam pembuktian yang dalam hal ini dapat dilihat dari adanya sertifikat merek yang dapat dijadikan sebagai alat bukti yang sah jika nantinya terjadi pelanggaran terhadap mereknya tersebut. Selain itu, dengan diterapkannya prinsip *first to file* akan mewujudkan kepastian mengenai siapa pemilik merek yang paling berhak serta tidak akan terjadi sengketa antara pendaftar pertama dan pemakai pertama.

Perlindungan merek terdaftar khususnya terhadap produk-produk ekraf dapat memberikan suatu manfaat antara lain sebagai berikut: 1). Dengan adanya merek dapat menghasilkan income bagi pelaku ekraf melalui lisensi, penjualan produknya maupun komersialisasi dari merek yang telah terdaftar; 2). Merek dapat meningkatkan nilai ataupun jaminan terhadap investor maupun institusi keuangan; 3). Merek dapat meningkatkan nilai dari produk-produk ekraf yang sebagian besar digolongkan sebagai Usaha Mikro dan Kecil (UMK); 4). Merek dapat meningkatkan daya saing; dan 5). Dengan didaftarkannya merek, akan memberikan perlindungan serta akan dipenuhinya dalam penengakan setiap hak-haknya.

Selain itu, dalam konteks ekraf, perlindungan terhadap HKI juga memberikan dampak yang positif baik dari segi ekonomi, perlindungan hukum, maupun dari segi pemacu kreatifitas, antara lain sebagai berikut: 1) Sebagai asset perusahaan, bahwa HKI berperan penting dalam mendukung agar usaha yang dijalankan tersebut dapat berjalan dengan sukses karena dengan adanya HKI dapat digunakan sebagai asset finansial pada perusahaan; 2) Sebagai pendukung pengembangan usaha, bahwa sebuah usaha dalam memproduksi suatu barang atau jasa tertentu sudah pasti akan selalu mengupayakan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk atau jasa yang dihasilkannya agar selalu mempunyai reputasi yang baik dimata konsumennya. Dalam hal ini, dengan adanya HKI mampu untuk mendukung pengembangan usaha lebih lanjut. Pengembangan usaha dapat dilakukan tidak hanya dengan meningkatkan jumlah produksi barang

atau jasa yang dihasilkannya saja, melainkan juga dapat dikembangkan dalam bentuk produk-produk lain maupun dengan cara meningkatkan tempat usahanya; 3) Sebagai perlindungan hukum dan pencegahan persaingan usaha tidak sehat, bahwa setiap usaha sudah pasti tidak akan terlepas dari competitor atau persaingan, dengan adanya sistem HKI dapat mencegah terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat serta dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar pada setiap kegiatan usahanya; 4) Sebagai pemacu inovasi dan kreatifitas, bahwa HKI sebagai hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik HKI sebagai suatu penghargaan atas hasil karya intelektual yang dihasilkan melalui kreatifitas manusia. Dengan diberikannya suatu penghargaan tersebut, diharapkan akan mendorong inventor atau *creator* untuk berinovasi dalam mengembangkan lebih lanjut karya inetelektualnya; dan 5) Sebagai *image building*, bahwa HKI yang melekat pada suatu produk akan membuat produk tersebut mudah dikenal dan digemari oleh masyarakat sebagai konsumennya. Tidak hanya itu, penggunaan HKI secara terus menerus akan membentuk image yang melekat pada produk tersebut.

Berkaitan dengan perlindungan hukum, teori perlindungan hukum menurut Satjipto Raharjo bahwa salah satu sifat dan sekaligus merupakan tujuan dari hukum adalah memberikan perlindungan kepada masyarakatnya dan perlindungan hukum tersebut harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum (Raharjo, 1983). Perlindungan hukum itu sebagai upaya dalam memberikan perlindungan terhadap kepentingan seseorang melalui cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam kepentingannya tersebut.

Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi 2 (dua) antara lain: 1). Perlindungan Hukum Preventif; dan 2). Perlindungan Hukum Represif.

**Perlindungan Hukum Preventif.** Dalam perlindungan merek dikenal adanya perlindungan hukum preventif yaitu perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah yang bertujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran (Disemadi & Prananingtyas, 2019). Berkaitan dengan perlindungan hukum preventif. Perlindungan preventif yang diberikan oleh Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis bergantung pada pemilik merek yang bersangkutan. Begitu juga dengan merek yang dimiliki oleh pelaku ekraf. Dengan penggunaan sistem konstitutif dalam pendaftaran merek, maka konsekuensinya adalah perlindungan hukum terhadap merek terhadap produk-produk ekraf akan diberikan oleh negara jika merek tersebut telah terdaftar (Fajar, Nurhayati, & Ifrani, 2018). Hal ini sesuai dengan sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1 ayat (5) UU Merek dan IG yang menyebut 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”.



Berkaitan dengan hal tersebut, pendaftaran yang sesuai dengan yang telah ditentukan dalam peraturan perundang-undangan merupakan suatu pengakuan atas HKI seseorang yang diwujudkan dengan dikeluarkannya sertifikat pendaftaran (Ardana, 2019). Jika produk-produk ekraf tidak didaftarkan maka tidak akan diakui dan tidak diberikan perlindungan oleh negara melalui UU Merek dan IG. Hal itu akan berdampak bahwa kemungkinan besar akan ditiru atau dijiplak oleh pihak lain serta pelaku ekraf yang tidak mendaftarkan merek produk ekrafnya tidak memperoleh keuntungan ekonomis secara maksimal (Semaun, 2016). Kementerian Hukum dan HAM sangat berperan dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek bagi pelaku usaha ekraf. Kanwil Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Jawa Tengah, pihaknya memberikan perlindungan hukum preventif terhadap merek yang telah terdaftar dengan cara mengadakan penyuluhan, sosialisasi serta memfasilitasi dalam kaitannya dengan pendaftaran merek kepada para pelaku usaha khususnya Usaha Mikro dan Kecil termasuk pelaku usaha ekraf. Kementerian Hukum dan HAM menjalin kerjasama secara intensif dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi dan UMK. Kementerian Hukum dan HAM seerta DJKI sudah sangat terbuka kepada siapa saja yang memerlukan informasi maupun bantuan yang terkait dengan HKI. Pihaknya juga memberikan perlindungan hukum pada saat merek telah didaftarkan walaupun masih dalam proses pendaftaran dan belum mendapatkan sertifikat merek (Hawary, 2020)

Sebuah merek yang telah terdaftar diberikan perlindungan yang bertujuan agar orang lain tidak dapat menggunakan merek tersebut (Kurniawan & Yuliani, 2017). Sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 35 UU Merek dan IG bahwa Merek yang telah terdaftar akan mendapatkan perlindungan selama 10 (sepuluh) tahun dari tanggal penerimaan pendaftaran. Jangka waktu perlindungan merek dapat diperpanjang untuk masa yang tidak ditentukan selama 10 (sepuluh) tahun dengan melakukan pembayaran biaya. Dalam hal ini, pemilik merek harus melakukan pengajuan perpanjangan merek 12 (dua belas) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu merek tersebut. Masa berlakunya merek hanya akan diperpanjang jika pemilik merek masih menggunakan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan barang maupun jasa.

**Perlindungan Hukum Represif.** Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan hukum yang terakhir dilakukan yakni dengan memberikan hukuman ataupun sanksi berupa denda, penjara, dan hukuman tambahan. Hukuman tersebut dierikan setelah terjadinya sengketa atau setelah dilakukannya suatu pelanggaran. Merek yang telah terdaftar seringkali tetap mengalami beberapa permasalahan seperti misalnya penggunaan nama merek yang telah terdaftar oleh pihak lain yang terlebih dahulu menggunakan merek tersebut namun belum didaftarkan oleh pemiliknya, selain itu produk yang mereknya telah terdaftar juga seringkali ditiru atau dijiplak oleh pihak lain (Suryansyah, 2019). Hal

seperti ini telah masuk pada pelanggaran suatu merek. Contohnya pada merek Praba Cempaka milik Ibu Ririen, merek Praba Cempaka sedang dalam proses pendaftaran merek, menurut Ibu Ririen, produknya pernah ditiru oleh orang lain namun pihak tersebut menggantinya dengan label merek lain. Bahkan produk milik Ibu Ririen dengan label merek milik orang lain tersebut sudah dipasarkan melalui online shop. Ibu Ririen dalam hal ini merasa sangat dirugikan dan beliau berharap proses pendaftaran merek miliknya segera mendapat kepastian sehingga beliau bisa mendapatkan sertifikat hak merek agar mereknya mendapatkan perlindungan hukum secara sah (Ririen, 2020).

Berkaitan dengan terjadi pelanggaran mengenai merek, Kementerian Hukum dan HAM serta DJKI selalu bersedia untuk membantu apabila terjadi suatu pelanggaran terhadap HKI khususnya yang terkait dengan merek. Prosedur permohonan pelanggaran dapat dijabarkan sebagai berikut (Hawary, 2020): “1) Permohonan terhadap pelanggaran HKI diajukan ke Kanwil Hukum dan HAM Provinsi Jawa Tengah atau bisa langsung melalui DJKI; 2) Permohonan terhadap pelanggaran HKI akan ditindaklanjuti oleh PPNS (Penyidik Pegawai Negeri Sipil) dari DJKI dan selanjutnya akan dikirimkan petugas untuk datang langsung ke lapangan guna menyelidiki benar tidaknya adanya pelanggaran tersebut. Pihak Kementerian Hukum dan HAM juga membantu dalam proses penyelidikan tersebut; 3) Jika dinyatakan benar terjadi adanya suatu pelanggaran, setelah itu berkas pengajuan permohonan pendaftaran HKI akan dilimpahkan ke Pengadilan Niaga Provinsi atau Pengadilan Niaga yang terdekat dengan tempat terjadinya pelanggaran; 4) Berkas perkara akan diproses oleh Pengadilan Niaga serta dilakukan sidang guna memutuskan hasil dari perkara pelanggaran HKI dan memutuskan hukuman bagi pelaku pelanggaran tersebut; dan 5) Pihak DJKI dan Kementerian Hukum dan HAM akan menjadi saksi ahli dalam acara sidang pelanggaran HKI tersebut”.

Pada dasarnya perlindungan hukum yang diberikan terhadap merek terdaftar yakni guna mencegah terjadinya unfair competition. Pencegahan ini dilakukan dalam bentuk mencegah atau melarang pihak lain yang akan melakukan pelanggaran merek dengan memanfaatkan atau mendompleng merek milik orang lain khususnya merek pada produk-produk ekraf yang didalamnya sangat erat dengan *intellectual property*. Terkait dengan HKI merek pada produk-produk ekraf, perlindungan hukum tersebut diberikan bagi pemilik merek terhadap hasil dari kemampuan daya pikir kreatifnya yang kemudian diekspresikan kepada khalayak umum sehingga memberikan manfaat guna memenuhi kebutuhan manusia karena terkandung nilai ekonomis didalamnya. Dengan digunakannya sistem konstitutif dalam pendaftaran merek, maka unfair competition atau persaingan usaha tidak sehat dapat dicegah. Hal ini dikarenakan karena dengan digunakannya sistem konstitutif dapat menimbulkan kepastian hukum terhadap perlindungan hukum

merek terdaftar. Perlindungan hukum tersebut memberikan hak kepada pemilik merek guna menuntut para pihak yang telah melakukan pelanggaran merek.

Sehubungan dengan teori perlindungan HKI yang dikemukakan oleh Robert M. Sherwood, komunitas penghasil produk ekraf mendapatkan perlindungan hukum sebagai berikut (Sherwood, 1990): 1) *Recovery Theory*, “dimana menurut teori ini komunitas penghasil produk ekraf khususnya di wilayah Kota Semarang sudah selayaknya mendapatkan apa yang telah dihasilkannya, berupa imbalan maupun pengakuan terhadap HKI yang ia miliki karena para pelaku ekraf tersebut sudah meluangkan waktu, biaya serta tenaganya. Pembuatan karya intelektual berupa Kriya atau kerajinan tangan pada umumnya membutuhkan daya kreativitas yang tinggi serta proses kerumitan dalam memproduksi masing-masing produknya. Selain itu, pembuatan produk-produk ekrafnya juga memerlukan waktu yang tidak sebentar. Seperti misalnya pada produk ekraf di Kota Semarang yang salah satunya memproduksi tas rajut dan batik ecoprint. Mereka juga telah mengeluarkan biaya guna membeli bahan-bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan produk ekraf miliknya”; 2) *Risk Theory*, “dimana menurut teori ini bahwa karya-karya intelektual yang dihasilkan oleh komunitas penghasil produk ekraf sudah sepantasnya diberikan suatu perlindungan. Hal ini disebabkan karena karya-karya kreativitas yang dihasilkannya memiliki berbagai risiko untuk dijiplak maupun diambil oleh pihak lain. Robert M. Sherwood dalam Teori Risiko (*Risk Theory*) mengenai perlindungan terhadap HKI mengemukakan bahwa “Sebuah karya intelektual merupakan suatu hasil karya yang mengandung risiko yang dapat memungkinkan adanya pihak lain menggunakan secara tidak sah suatu kekayaan intelektual tersebut.” *Risk Theory* berkaitan dengan prinsip kebebasan berkarya, dimana dalam hal ini setiap orang bebas untuk menghasilkan suatu karya, selama tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan tidak melanggar moral serta agama”; 3) *Reward Theory*, “menurut teori ini mengemukakan bahwa komunitas penghasil ekraf dimana mereka telah menciptakan suatu karya kreativitas sudah selayaknya diberikan suatu pengakuan serta imbalan terhadap karya intelektualnya. Imbalan atau reward yang diberikan dapat berupa materi maupun moril yakni seperti dengan tidak menggunakan merek yang sudah didaftarkan oleh pemiliknya”; 4) *Incentive Theory*, “teori ini mengemukakan bahwa pemberian insentif sangat penting bagi komunitas penghasil produk ekraf guna mendorong peningkatan kreativitas serta sebagai pemacu agar para pelaku ekraf dapat lebih meningkatkan karya yang dihasilkan. Insentif ini dapat berupa hak ekonomi. Komunitas penghasil produk ekraf dapat memperoleh hak ekonominya setelah menjual produk ekrafnya kepada pembeli baik secara online maupun secara langsung. Dengan diperolehnya manfaat dari hak ekonomi inilah dapat menjadi pemicu orang lain untuk ikut serta dalam menciptakan usaha di bidang ekraf agar dapat mendapatkan penghasilan atau bahkan dapat menjadi pekerjaan pokok”; dan 5) *Economic Growth Stimulus Theory*,

“dimana bahwa berdasarkan teori ini sudah sewajarnya komunitas penghasil produk ekraf untuk mendapatkan perlindungan HKI. Dengan diberikannya perlindungan tersebut merupakan suatu alat pembangunan ekonomi. Sehubungan dengan ekonomi kreatif, produk ekraf yang dihasilkan oleh para pelaku ekraf dapat digunakan untuk meningkatkan dan meembangkan industri kreatif yang ada di Indonesia. Hal ini dapat ditunjukkan dengan karya intelektual yang dihasilkan oleh komunitas penghasil produk ekraf di Kota Semarang dapat menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain, pemasarannya pun juga mudah, serta dapat meningkatkan turisme dengan diadakannya pameran-pameran”.

Berdasarkan teori-teori perlindungan merek tersebut, dapat dikatakan bahwa perlindungan hukum terhadap karya intelektual khususnya merek pada produk-produk ekraf merupakan hal yang sangat penting (Shaleh & Trisnabilah, 2020). Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kerugian secara ekonomi bagi pemilik merek yang bersangkutan. Perlindungan hukum yang diberikan tidak hanya terbatas dengan penyediaan perangkat hukumnya saja, tetapi harus menyeluruh ke semua aspek yang saling berkaitan satu sama lain. Realita di lapangan menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek belum sesuai dengan yang telah diatur dalam UU Merek dan IG. Faktanya sampai saat ini masih banyak merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya maupun keseluruhannya dengan merek pihak lain yang telah terdaftar namun lolos dalam tahap pemeriksaan substantif saat proses pendaftaran merek karena dianggap manusiawi dan diberikan kompensasi (Hawary, 2020). Pada tahun 2018 pernah ada sengketa pelanggaran merek mengenai adanya persamaan pada pokoknya terhadap merek milik orang lain yang sudah terlebih dahulu didaftarkan. Persamaan ada pada pokoknya antara merek AZIS dengan merek ASIS. Merek tersebut ditolak oleh pemeriksa namun saat kasus tersebut sampai di Pengadilan Niaga, Pengadilan Niaga memutuskan bahwa merek tidak terdapat persamaan pada pokoknya terhadap merek tersebut. Hakim memutuskan bahwa antara huruf Z dan huruf S itu berbeda maknanya (Hawary, 2020). Jika melihat di dalam Pasal 21 ayat (2) UU Merek dan IG sudah diatur secara jelas bahwa: “(1) Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan: a). Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan Zatau jasa sejenis; b). Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis; c). Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu

Hal ini menunjukkan bahwa masih lemahnya perlindungan terhadap merek khususnya pada produk-produk ekraf, Seharusnya penegakan hukum lebih ditegakkan kembali secara tegas agar tidak merugikan pemilik merek yang mereknya telah terdaftar terlebih dahulu. Lemahnya perlindungan terhadap merek pada produk-produk ekraf dilatarbelakangi karena kurangnya pemahaman

masyarakat bahwa delik pidana yang terdapat dalam Undang-Undang di bidang HKI merupakan delik aduan, artinya jika terjadi suatu pelanggaran merek, jika pemegang hak merek tidak melakukan pengaduan kepada pihak penegak hukum maka perkara tersebut tidak akan ditindaklanjuti oleh penegak hukum. Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) Bidang Kekayaan Intelektual pada tidak berwenang untuk menindaklanjuti jika terjadi pelanggaran merek namun pemilik merek tersebut tidak diadukan kepada pihaknya. Hal ini dikarenakan HKI ranahnya ada pada hukum private, maka yang mempunyai legal standing adalah pemilik merek yang bersangkutan. Artinya jika terdapat sengketa ataupun mereknya ditolak maka pemilik merek yang bersangkutan yang memutuskan akan mengajukan gugatan atau tidak (Hawary, 2020). Dalam hal terjadinya pelanggaran merek, sarana dalam perlindungan secara represif juga terdapat pada Pasal 28 sampai dengan Pasal 32 UU Merek dan IG mengenai pengaturan permohonan Banding, serta adanya lembaga independen yakni Komisi Banding Merek yang berwenang untuk memeriksa permohonan keberatan atas merek yang dimohonkan haknya dan permohonan banding atas penolakan permohonan pendaftaran Merek. Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 33 dan Pasal 34 UU Merek dan IG. Apabila terjadi pelanggaran atas merek, berdasarkan Pasal 83 UU Merek dan IG menyebutkan maka “(1) Pemilik Merek terdaftar dan atau penerima Lisensi Merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis berupa: a). gugatan ganti rugi; dan/atau b). Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut; (2) Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat pula diajukan oleh pemilik Merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan dan (3) Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga”.

Lembaga peradilan serta aparat penegak hukum lainnya seperti kepolisian, Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS), dan kejaksaan sangat berperan dalam perlindungan merek terdaftar. Pemilik merek terdaftar mendapatkan perlindungan hukum jika terjadi pelanggaran terhadap mereknya baik diwujudkan dalam bentuk gugatan ganti kerugian maupun berdasarkan pada tuntutan hukum pidana yang dilakukan melalui aparat penegak hukum (Hawary, 2020). Ketentuan pidana yang dapat diterapkan jika terjadi pelanggaran merek berdasarkan Pasal 100 UU Merek dan IG mengatur sebagai berikut: “1) Setiap Orang yang dengan 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, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah); 2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain

untuk barang dan/ atau jasa sejenis yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan atau denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah); 3) Setiap Orang yang melanggar ketentuan, yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5 .000.000.000,00 (lima miliar rupiah); 4) Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana, dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah); dan 5) Tindak pidana sebagaimana dimaksud merupakan delik aduan”.

#### D. KESIMPULAN

Produk-produk yang dihasilkan oleh ekraf tidak akan pernah terpisah dari *intellectual property* didalamnya khususnya Merek. Merek yang melekat pada produk tersebut umumnya mempunyai nama tersendiri sebagai identitas dari produk dan pembeda dalam membedakan produk tersebut dengan produk yang lain. Hak atas merek yang dimiliki oleh seseorang atau badan hukum baru akan terjadi setelah merek tersebut terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Maka dari itu diperlukan perlindungan hukum terhadap merek baik perlindungan secara preventif dan perlindungan secara represif.

Perlindungan secara preventif diberikan dengan melakukan pencegahan terhadap terjadinya pelanggaran merek dagang dengan maksud untuk mendorong pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya agar dilindungi secara hukum. Dalam hal perlindungan preventif ini telah diatur dalam Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dimana hak atas merek merupakan 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. Sedangkan perlindungan secara represif dilakukan guna menangani pelanggaran hak atas merek sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku melalui lembaga peradilan dan aparat penegak hukum lainnya seperti kepolisian, Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS), dan kejaksaan guna melakukan penindakan terhadap pelanggaran hak merek. Dalam hal permohonan terhadap terjadinya pelanggaran hak merek dalam diajukan melalui Kementerian Hukum dan HAM atau bisa langsung melalui DJKI. Selanjutnya permohonan tersebut akan ditindaklanjuti oleh Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS). Peradilan yang berwenang dalam menangani pelanggaran hak merek adalah Pengadilan Niaga.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Amboro, F. Y. P. (2019). Problematika Pendaftaran Merek Untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Batam. *Journal of Judicial Review*, 21(1), 1-14.
- Ardana, I. K. (2019). Sustainability Of Temanggung Coffee Farming System In The Perspective Of Geographical Indications. *Jurnal Penelitian Tanaman Industri*, 25(2), 69-80.
- Asmara, A., Rahayu, S. W., & Bintang, S. (2019). Studi Kasus Penerapan Prinsip Pendaftaran First To File Pada Pembatalan Merek Cap Mawar. *Syiah Kuala Law Journal*, 3(2), 184-201.
- Bafadhal, T. (2018). Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Indonesia. *Undang: Jurnal Hukum*, 1(1), 21-41.
- Balqis, W. G., & Santoso, B. (2020). Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 2(2), 205-221.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Jakarta: Depdag RI.
- Disemadi, H. S., & Kang, C. (2021). Tantangan Penegakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 7(1), 54-71.
- Disemadi, H. S., & Mustamin, W. (2020). Pembajakan Merek Dalam Tatanan Hukum Kekayaan Intelektual Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 6(1), 83-94, hlm. 87
- Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Perbankan Pengguna CRM (Cash Recycling Machine). *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 8(3), 286-402.
- Fajar, M., Nurhayati, Y., & Ifrani, I. (2018). Iktikad Tidak Baik dalam Pendaftaran dan Model Penegakan Hukum Merek di Indonesia. *Jurnal Hukum IUS QUUA IUSTUM*, 25(2), 219-236.
- Hendrawan, D. (2015). Ekonomi Kreatif dan Merek. *Jurnal Zenit*, 4(1), 17-24.
- Kurniawan, W., & Yuliani, E. (2017). Analisis Putusan Ma Nomor: 261 K/Pdt. Sus/2011 Mengenai Sengketa Merek Dagang Antara Paimin Halim Dan Abdul Alex Soelystio. *Journal of Judicial Review*, 16(1), 134-150.
- Manggara, R. K., & Kholil, M. (2019). Studi Perlindungan Hukum Merek Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Jenang Di Kabupaten Ponorogo Dalam Upaya Mendukung Berkembangnya Ekonomi Kreatif. *Jurnal Privat Law*, 7(1), 18-24.
- Mayana, R. F. (2018). Perlindungan Merek Non Tradisional Untuk Produk Ekonomi Kreatif Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek, Indikasi Geografis Dan Perspektif Perbandingan Hukum. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 2(1), 26-41.
- 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), 176-190.

- Ningsih, A. S., Waspiyah, W., & Salsabilla, S. (2019). Indikasi Geografis atas Carica Dieng sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Daerah. *Jurnal Suara Hukum*, 1(1), 105-120.
- Pulungan, E. (2019). Pengembangan Tenun Ikat Komunitas Kaine'e Provinsi Nusa Tenggara Timur Melalui Model Quadruple Helix. *Jurnal Aspirasi*, 7(2), 199-208.
- Raharjo, S. (1983). *Permasalahan Hukum di Indonesia*, Bandung: Alumni.
- Rois, M. F., & Roisah, K. (2018). Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Kerajinan Kuningan Tumang. *Kanun: Jurnal Ilmu Hukum*, 20(3), 401-419.
- Roisah, K. (2019). *Aksentuasi Kepemilikan Kolektif Sebagai Respon Terhadap Tananan Global Hak Kekayaan Intelektual*, Pidato Pengukuhan. Semarang: UNDIP Press.
- Rongiyati, S. (2017). Pelindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Pada Produk Ekonomi Kreatif. *Negara Hukum: Membangun Hukum untuk Keadilan dan Kesejahteraan*, 9(1), 39-58.
- Semaun, S. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa. *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum*, 14(1), 108-124.
- Shaleh, A. I., & Trisnabilah, S. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis: Studi Merek Bossini. *Journal of Judicial Review*, 22(2), 291-300.
- Sherwood, R.M. (1990). *Intellectual Property and Economic Development*, Virginia: Alexandria.
- Sudjana, U. (2020). Kepastian Hukum Dalam Efektivitas Perlindungan Merek Dan Indikasi Geografis: Analisis Perbandingan. *Jurnal Ilmiah Hukum DE JURE: Kajian Ilmiah Hukum*, 5(1), 127-155.
- Sujatmiko, A. (2019). Perlindungan Hukum Hak Atas Merek. *Yuridika*, 15(4), 347-359.
- Suryansyah, S. (2019). Legal Protection on Intellectual Property Rights in the Development of Creative Economy in Mamuju Regency. *Substantive Justice International Journal of Law*, 2(1), 54-70.
- Usanti, T. P. (2017). Analisis Pembebanan Gadai Atas Sertifikat Merek Pada Bank Syariah. *Mimbar Hukum-Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, 29(3), 413-429.
- Valerie, N., & Horman, E. S. (2019). Perlindungan Merek Terkenal Christian Dior Ditinjau dari Konsep Dilusi Merek. *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)*, 4(2), 231-242.
- Wahyuni, W. (2019). Pemakaian Istilah Tidak Lazim pada Produk Makanan: Tinjauan Undang-Undang Merek dan Etika Bisnis Islam. *Saqifah: Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 4(1), 1-14.
- Wawancara dengan Bapak Denny (Pelaku Ekonomi Kreatif, Kota Semarang), pada 25 Januari 2020.
- Wawancara dengan Bapak Hawary (Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Jawa Tengah), pada 11 Januari 2020.
- Wawancara dengan Ibu Ririen (Pelaku Ekonomi Kreatif, Kota Semarang), pada 20 Januari 2020.