

Perlindungan Hukum Pemegang Hak Merek *Vans OFF The Wall* Terhadap Merek *Vans OFF The Top*

Oleh:

Wisesa Adje Wibisono, Abdurrahman Al Faqiih

Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia

18410394@students.uii.ac.id, abdurrahman.alfaqiih@uui.ac.id

Abstract:

Diterima : 28 November 2022
Direvisi : 20 Desember 2022
Disetujui : 24 Desember 2022
Halaman : 76-98

This study presents an analysis of the legal protection of the holder of the Vans OFF The Wall Brand Rights against the Vans OFF The Top Brand, with the formulation of the problem: What is the form of legal protection for the holders of the Vans OFF The Wall Brand against the Vans OFF The Top brand that is still circulating? and Why is the Vans OFF The Top brand still circulating even though there has been a court decision prohibiting its distribution? This research is a normative research, using secondary data such as laws and regulations, court decisions, and the opinion of scholars. This study obtained the results of legal protection for Vans OFF The Wall Brand holders against Vans OFF The Top which are still in circulation with 2 efforts, namely: Preventive Brand protection leading to preventive actions with the aim of minimizing trademark infringement and Repressive Brand protection aiming to resolve or process events that occur. Furthermore, this study found that one of the reasons the Vans OFF The Top brand is still circulating is that legal protection in Indonesia is weak.

Keywords: *Brand Counterfeiting, Legal Protection of Trademark Rights holders, Preventive and Repressive Mark protection.*

Abstrak:

Penelitian ini menyajikan analisis Perlindungan Hukum pemegang Hak Merek *Vans OFF The Wall* terhadap Merek *Vans OFF The Top*, dengan rumusan masalah : Bagaimana bentuk perlindungan Hukum bagi pemegang Merek *Vans OFF The Wall* Terhadap *Vans OFF The Top* yang masih beredar ? dan Mengapa Merek *Vans OFF The Top* masih beredar padahal sudah ada putusan pengadilan yang melarang peredarannya ? Penelitian ini merupakan penelitian normatif, menggunakan data sekunder seperti peraturan perundang – undangan, keputusan pengadilan, dan berupa pendapat para sarjana. Penelitian ini memperoleh hasil bentuk perlindungan Hukum bagi pemegang Merek *Vans OFF The Wall* Terhadap *Vans OFF The Top* yang masih beredar dengan 2 upaya, yaitu : perlindungan Merek Preventif mengarah pada tindakan pencegahan dengan tujuan untuk meminimalkan pelanggaran merek dagang dan perlindungan Merek Represif bertujuan untuk menyelesaikan atau memproses peristiwa yang terjadi. Selanjutnya, penelitian ini menemukan bahwa salah satu alasan masih beredarnya Merek *Vans OFF The Top* adalah perlindungan hukum di Indonesia masih lemah.

Kata kunci: *Perlindungan Hukum pemegang Hak Merek, perlindungan Merek Preventif dan Represif, Pemalsuan Merek.*

Pendahuluan

Di Indonesia perkembangan perdagangan bertambah pesat. Semakin banyak bermunculan perusahaan – perusahaan baru sebagai pesaing maka semakin ketat persaingan antar pelaku. Hal ini terjadi juga di bidang merek. Seiring dengan berkembangnya penggunaan merek, banyak orang yang memalsukan atau meniru merek lain yang sudah terlebih dahulu ada di pasaran. Terlebih lagi terhadap merek yang telah dikenal oleh masyarakat luas.¹

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

Tentu saja hal – hal tersebut sangat

merusak roda perekonomian di tingkat nasional maupun internasional. Sehingga, untuk mengatasi hal tersebut, di Indonesia sudah terdapat HKI. Hak Kekayaan Intelektual atau yang biasa disebut dengan HKI adalah hak yang didapatkan dari hasil pola pikir manusia untuk dapat menghasilkan suatu produk, jasa, atau proses yang berguna untuk masyarakat. Secara garis besarnya, bahwa HKI adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual. Objek yang diatur dalam kekayaan intelektual berupa karya yang dihasilkan oleh kemampuan intelektual manusia.²

Istilah HKI didapat dari *Intellectual Property Right* (IPR) yang telah diatur dalam Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1994 mengenai pengesahan WTO. Dalam HKI dikenal juga istilah Hak Merek. Hak Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan

¹ Djumhana, *Hukum Merek Indonesia (Sejarah, Teori, dan Prakteknya di Indonesia)*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1779, hlm. 78.

² Trias, “Portal Informasi Bisnis Terkini”, terdapat dalam <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2021/01/22/haki-adalah/> diakses terakhir tanggal 22 Januari 2022.

sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak Merek digunakan perusahaan sebagai identitas suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, Hak Merek juga dapat mempermudah perusahaan untuk mempromosikan serta menjadi ciri khas suatu produk yang dibuat dan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Merek dibuat agar pembeli dapat lebih mudah untuk membedakan barang yang akan dibeli.³

Indonesia telah mempunyai Undang – Undang Merek, yaitu Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek diundangkan pada tanggal 1 Agustus 2001 seiring dengan telah diratifikasinya Konvensi Pembentukan World Trade Organization (WTO).

Meskipun sudah ada peraturan dalam Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek, namun masih ditemukan pelanggaran terhadap peraturan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari kasus Merek *Vans OFF The Wall*

yang dipalsukan dengan Merek *Vans OFF The Top* pada tahun 2016. Pada tahun 2000-an, Merek *Vans OFF The Wall* awalnya muncul di Indonesia melalui *reseller*. Kemudian, merek *Vans OFF The Wall* diperjual belikan melalui Penny yang menjual *Vans original* sejak tahun 2010 dengan Surya Ado Sisyanto sebagai pendirinya dan Max Praditya yang merupakan pemilik Crooz, yang pernah menjadi *official partner* dari PT Gagan Indonesia serta menjadi distributor resmi Vans di Indonesia saat itu. Akan tetapi, pemegang Hak Merek *Vans OFF The Wall* pernah memperlmasalahkan soal hak merek dan menghentikan jalur distribusinya ke Indonesia. Hal ini diawali dengan adanya oknum di Indonesia yang memalsukan Merek *Vans OFF The Wall* menjadi *Vans OFF The Top* dengan Merek yang serupa dan bentuk sepatu yang sangat sama. Kemudian, hal ini diketahui oleh Vans luar negeri, sebagaimana Merek Vans berasal dari California, United States. Sehingga, pemegang Hak Merek Vans memberhentikan pengiriman sepatu

³ Direktorat Jenderal Industri, *Panduan Pengenalan HKI*, Departemen Penindustrian, Jakarta, 2016, hlm. 13.

Vans ke Indonesia dan menggugat kasus tersebut ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat dengan nomor registrasi No.39/MERREK/2010/PN.Niaga.Jkt.Pst pada tahun 2010.⁴

Dalam sidang putusan gugatan hak merek di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat, Hakim Ketua Bayu Isdiatmoko mengatakan tergugat Kim Sung Soo yakni pemilik *Vans OFF The Top* terbukti telah mendaftarkan merek Vans pada 21 Maret 2007 dalam kategori Kelas 18. Dalam dokumen gugatannya, penggugat memohon agar pengadilan membatalkan lima merek Vans dan logo yang terdaftar atas nama tergugat, yakni IDM000113990, IDM000108582, IDM000188574, IDM000135960, dan IDM000135962. Penggugat menilai tergugat telah beritikad tidak baik dalam mendaftarkan kelima merek *Vans OFF The Top* dan logo tersebut di Direktorat Merek Ditjen Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dalam berkas gugatan yang didaftarkan di bawah registrasi No.39/MERREK/2010/PN.Niaga.Jkt.Pst

dengan nomor putusan ; Nomor823K/Pdt.Sus-HKI/2016.

Dengan adanya putusan tersebut, maka DJKI mencoret pendaftaran merek Tergugat daftar Nomor IDM000054653 dan Tergugat diminta untuk mengganti mereknya. Selain itu, mereka juga didenda untuk menggantikan biaya peradilan.⁵ Namun, pelanggaran terhadap Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek masih terjadi hingga saat ini. Hal ini dapat dilihat dari masih beredarnya merek *Vans OFF The Top* di *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee.

Akan tetapi, pelanggaran terhadap Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek dengan beredarnya merek *Vans OFF The Top* di *marketplace* saat ini masih dikaji menggunakan Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek. Hal ini dikarenakan putusan yang mencabut perizinan merek *Vans OFF The Top* masih menggunakan Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001.

⁴ Alvin Bahar, “Kisah Sneakers KW Indonesia 'Vans Off The Top' yang Digugat Sama 'Vans Off The Wall', Kalah Telak Hingga Denda Jutaan Rupiah!”, terdapat dalam <https://hai.grid.id/amp/072285816/kisah->

sneakers-kw-indonesia-vans-off-the-top-yang-digugat-sama-vans-off-the-wall-kalah-telak-hingga-denda-jutaan-rupiah diakses terakhir tanggal 22 Januari 2022.

⁵ *Ibid.*

Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk perlindungan Hukum bagi pemegang Merek *Vans OFF The Wall* Terhadap *Vans OFF The Top* yang masih beredar ?
2. Mengapa Merek *Vans OFF The Top* masih beredar padahal sudah ada putusan pengadilan yang melarang peredaranya ?

Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam skripsi ini adalah jenis penelitian empiris. Penelitian hukum empiris adalah penelitian hukum yang dilakukan terhadap bagaimana hukum dijalankan di lapangan.

2. Objek Penelitian

Objek yang menjadi penelitian adalah beredarnya merek *Vans OFF The Top* yang dianggap melanggar merek *Vans OFF The Wall* berdasarkan putusan

dengan nomor putusan ; Nomor823K/Pdt.Sus-HKI/2016.

3. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Undang – Undang, sekaligus pendekatan koseptual yaitu pendekatan berdasarkan ketentuan peraturan perundang – undangan yang berlaku dan konsep hukum mengenai Hak Merek yang didukung pendapat ahli dikaitkan dengan objek penelitian.

4. Sumber data.

Sumber data penelitian ini yang digunakan adalah data sekunder, yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, bahan hukum tersier.

a. Bahan hukum primer, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

b. Bahan hukum sekunder, yang dikumpulkan datanya dari perpustakaan, jurnal, buku, artikel, media elektronik, dan website yang kemudian akan disatupadukan menjadi data untuk diklasifikasikan dan kemudian disusun, diringkas, dianalisa, serta disimpulkan sesuai permasalahan skripsi yang diteliti.

c. Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan

terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

5. Metode Analisis Data

Dalam proses penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu model yang menempatkan kedalaman analisa bahan hukum dengan menafsirkan, menguraikan dan membahas temuan-temuan penelitian sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

Hasil Penelitian

A. Perlindungan hukum bagi pemegang hak Merek *Vans OFF The Wall* yang Mereknya ditiru oleh *Vans OFF The Top*

Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak – hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan peraturan atau

kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya.⁶

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.⁷ Selain itu, Sudikno Mertokusumo mengemukakan tidak hanya tentang tujuan hukum, tetapi juga tentang fungsi hukum dan perlindungan hukum. Ia berpendapat bahwa : “Dalam fungsinya sebagai perlindungan kepentingan manusia hukum mempunyai tujuan. Hukum mempunyai sasaran yang hendak dicapai.

Adapun tujuan pokok hukum adalah menciptakan tatanan masyarakat yang tertib, menciptakan ketertiban dan keseimbangan. Dengan tercapainya ketertiban di dalam masyarakat diharapkan kepentingan manusia akan terlindungi. Dalam mencapai tujuannya itu hukum bertugas membagi hak dan kewajiban antar perorangan di dalam

⁶ Philipus M Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Masyarakat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1983, hlm. 38.

⁷ Sajipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 18.

masyarakat, membagi wewenang, dan mengatur cara memecahkan masalah hukum serta memelihara kepastian hukum”. Menurut Setiono perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.⁸

Perbuatan menggunakan dan menirukan Merek tanpa izin perjanjian lisensi terhadap pemegang hak Merek asli demi kepentingan komersil dapat dikatakan pelanggaran hak atas Merek. Perlindungan hukum terhadap pemegang hak Merek asli terhadap peniru atau pemalsu Merek dilakukan dengan upaya Preventif dan Represif.

Berdasarkan pasal 1 Undang – Undang No. 14 Tahun 1997 jo Undang – Undang No.15 Tahun 2001, Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf angka – angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur – unsur tersebut yang memiliki

daya pembeda dan digunakan dalam dunia perdagangan barang atau jasa. Merek yang memperoleh perlindungan adalah merek yang terdaftar di DJKI, Depkumham. Merek yang terdaftar adalah merek yang sah dan diakui oleh Undang – Undang dan mempunyai nomor register, sehingga memperoleh perlindungan dari Negara melalui Kantor Pengadilan. Sedang merek yang belum atau tidak terdaftar tidak memperoleh perlindungan hukum dari Negara. Karena pelanggaran merek adalah delik aduan maka apabila ada pihak yang secara sah memiliki merek mengadukan maka kantor Pengadilan akan memprosesnya.

Proses Peradilan ini merupakan bentuk perlindungan yang menyatakan diberikan kepada pemilik merek yang sah atau mendaftarkannya DJKI. Hakim memberikan perlindungan melalui penetapan yang adil ketika ada pelanggaran merek yang sah dan persuasif. Pelanggarnya dikenakan sanksi (pidana dan denda) berdasarkan ketentuan ketentuan pidana Merek sebagaimana diatur dalam pasal 90 sampai dengan pasal 95 Undang –

⁸ Fajar Ari Sudewo, *Pendekatan Restorative Justice bagi Anak yang Berhadapan*

dengan Hukum, PT Nasya Expanding Management, Pematang, 2021, hlm. 38.

Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek. Oleh karena itu, perlindungan hukum hanya diberikan oleh negara kepada merek terdaftar.⁹

Pelanggaran Merek dapat dikenakan sanksi berdasarkan pasal 1365 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata karena pelanggaran atas merek merupakan Perbuatan Melawan Hukum dan memenuhi unsur :¹⁰

- a. Perbuatan melawan hukum.
- b. Adanya Kerugian.
- c. Adanya hubungan sebab akibat antara perbuatan dan kerugian yang ditimbulkan.
- d. Adanya Kesalahan.

Karena perbuatan melawan hukum adalah perbuatan menggunakan merek orang lain tanpa hak dan kesengajaan, jelas memenuhi unsur perbuatan melawan hukum, maka yang melanggarnya akan diberikan sanksi. Pemilik merek dagang menderita kerugian (materil dan immateril) dari pelanggaran merek dagang. Karena

pelanggaran merek dagang adalah tindakan yang tergolong suatu kesalahan, maka mereka pelaku pelanggaran hak merek harus diberi sanksi sesuai dengan tindakan pelanggaran tersebut.¹¹

1. Perlindungan Merek Preventif

Perlindungan Merek preventif adalah upaya yang mengarah pada tindakan pencegahan. Tujuannya adalah untuk meminimalkan kemungkinan pelanggaran merek dagang. Upaya ini berfokus pada pengawasan penggunaan merek dagang, melindungi hak eksklusif pemegang hak atas merek dagang, dan menganjurkan pemilik merek dagang untuk mendaftarkan merek dagang mereka untuk melindungi hak mereka.¹² Menurut Pasal 3 Undang – Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, Negara wajib memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek dagang. Dari isi pasal tersebut hak eksklusif memuat dua hal yaitu, penggunaan merek itu sendiri atau memberi izin pihak lain untuk

⁹ Enny Mirfa, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar”, *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, Edisi No. 1 Vol 11, Fakultas Hukum Universitas Samudra, 2016, hlm. 73.

¹⁰ Pasal 1365 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata

¹¹ Enny Mirfa, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar”, *Op. Cit*, hlm. 74.

¹² Gracia Margaretha Simanjuntak, “Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Terkenal Asing”, *OJS Univertas Udayana*, Edisi No. 6 Vol 02, Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2014, hlm. 4.

menggunakan Merek Dagang. Perlindungan Merek Preventif juga terdapat dalam pasal 4, pasal 5, dan pasal 6 ayat (1) dan ayat (3). Sesuai ketentuan pasal 4 Undang – Undang No.15 tahun 2001 adalah Merek tidak dapat didaftar atas dasar Permohonan yang diajukan pemohon yang beretiked tidak baik.

Kemudian sesuai ketentuan pasal 5 Undang – Undang NO. 15 tahun 2001 tentang Merek, Merek tidak dapat didaftarkan jika mengandung salah satu unsur sebagai berikut :

- a. bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum.
- b. tidak memiliki daya pembeda.
- c. telah menjadi milik umum atau.
- d. merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran.

Perlindungan merek preventif berdasarkan pasal 6 ayat (1) Undang – Undang No.15 tahun 2001, Merek yang ditolak permintaan pendaftaran oleh Kantor merek apabila:

- a. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik orang lain

yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa sejenis.

- b. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik orang lain yang sudah terkenal milik orang lain untuk barang atau jasa sejenis.
- c. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal.

Perlindungan merek preventif dalam pasal 6 ayat (3) Undang – Undang No.15 tahun. 2001, Permohonan juga harus ditolak oleh Kantor Direktorat Jendral apabila Merek : ¹³

- a. merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, merek dan nama badan hukum yang dimiliki orang lain yang sudah terkenal, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak.
- b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas

¹³ Pasal 3 – Pasal 6 Undang – Undang No.15 tahun. 2001 tentang Merek.

persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

- c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

2. Perlindungan Merek Represif

Upaya represif adalah upaya untuk menyelesaikan atau memproses satu atau lebih peristiwa yang telah terjadi. Perlindungan hukum represif ini diberikan apabila terjadi pelanggaran merek. Pemilik hak atas merek terkenal asing diberikan pengecualian untuk memperoleh perlindungan hukum terhadap pelanggaran merek, baik berupa gugatan pembatalan maupun tuntutan pidana, meskipun merek terkenal asing belum terdaftar.¹⁴ Berdasarkan UU No. 15 Tahun 2001 Pasal 76 dikatakan bahwa:

- (1) Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak

menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa:

- a. Gugatan ganti rugi dan/ atau
- b. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek.

(2) Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga. UU No. 15 Tahun 2001 juga menetapkan bahwa ada dua macam bentuk atau isi tuntutan gugatan tersebut, yaitu :

- a. Berupa permintaan ganti rugi.
- b. Penghentian pemakaian merek.¹⁵

Pemilik merek dagang terdaftar menerima perlindungan hukum jika terjadi pelanggaran merek, baik gugatan ganti rugi maupun proses pidana. Pemilik merek terdaftar juga berhak

¹⁴ Gracia Margaretha Simanjuntak, "Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Terkenal Asing", *Op.Cit.*

¹⁵ Pasal 76 ayat (1) Undang – Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek.

meminta pembatalan pendaftaran merek pihak lain secara tanpa hak. Dengan ditentukan Pengadilan Niaga sebagai lembaga peradilan formal untuk gugatan yang bersifat keperdataan, maka terbuka kesempatan luas kepada pemegang merek untuk mempertahankan haknya.¹⁶

Dalam perlindungan hukum yang represif ini, jika terjadi pelanggaran hak merek. disinilah letak peran lembaga penegak hukum seperti kejaksaan dan kepolisian, Penyidik Pegawai Negeri Sipil dan kejaksaan sangat dibutuhkan.¹⁷

Bentuk perlindungan represif jika terjadi pelanggaran terhadap merek yang terdaftar juga diatur dalam pasal 90 sampai dengan pasal 95 Undang – Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek.

1. Pasal 90 :

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan,

dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).

2. Pasal 91:

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

3. Pasal 92 ayat (1) dan ayat (2) :

a. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling

¹⁶ H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Intelektual*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada), 2002 hlm. 394

¹⁷ Haedah Faradz, “Perlindungan Hak Atas Merek”, *Jurnal Dinamika Hukum*, Edisi Nomor 1 Vol 8, akultas Hukum Universitas Jenderal Soedirman, 2008, hlm. 41.

- lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).
- b. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).
4. Pasal 93 :
- Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tand yang dilindungi berdasarkan indikasi-asal pada barang dan/atau jasa sehingga dapat memperdaya dan menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atatau asal jasa tersebut, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).
5. Pasal 94 ayat (1) dan ayat (2) :
- a. Barangsiapa memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 93, dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
- b. Tindak pidana sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran.
- Ancaman hukuman yang dimuat dalam pasal ini bersifat alternatif dapat berupa hukum kurungan saja atau membayar denda saja.
6. Pasal 95
- Tindak pidana sebagaimana dimasud dalam pasal 91, pasal

92, pasal 93, dan pasal 94 merupakan delik aduan.¹⁸

Contoh Perlindungan Represif terhadap Merek Terdaftar atau Sah dapat dilihat dari perkara pelanggaran Merek *Vans OFF The Wall* yang dilakukan oleh *Vans OFF The Top*. Dalam perkara tersebut dimenangkan oleh *Vans OFF The Wall* karena *Vans OFF The Wall* terbukti secara hukum adalah merek yang sah. Kemudian, *Vans OFF The Top* dikenakan sanksi yaitu dilarang memproduksi dan mengedarkan Merek yang sama dengan merek *Vans OFF The Wall*. Dengan demikian, *Vans OFF The Top* melakukan pelanggaran, yaitu menirukan merek asli *Vans OFF The Wall*.

B. Alasan Masih beredarnya Merek *Vans OFF The Top*

Merek *Vans OFF The Wall* sangat dikenal masyarakat dengan citra merek yang sangat bagus. Hal itu menjadi salah satu faktor Merek *Vans OFF The Wall* ditiru oleh pihak lain dengan harga yang lebih murah. Selanjutnya, pelanggaran tersebut diproses di Pengadilan Niaga dengan nomor putusan Nomor

823K/Pdt.Sus-HKI/2016 yang melarang peredaran barang tersebut. Pelanggaran tersebut diputus dengan Undang – Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek. Akan tetapi, pada faktanya setelah kasus pelanggaran tersebut, masih terdapat pelanggaran. Hal ini dapat dilihat dari peniruan merek Merek *Vans OFF The Wall* menjadi Merek *Vans OFF The Top* yang masih banyak beredar di *Marketplace*.

Beredarnya Merek *Vans OFF The Top* walaupun sudah ada putusan pengadilan yang melarangnya dikarenakan beberapa alasan, diantaranya yaitu :

1. Perlindungan Hukum di Indonesia masih lemah. Dengan beredarnya Merek *Vans OFF The Top* di Indonesia menunjukkan lemahnya perlindungan hukum di Indonesia sehingga para distributor sepatu *Vans OFF The Top* masih berani untuk memperjual belikan sepatu Merek *Vans OFF The Top*, terutama di *Marketplace*. Namun ada beberapa kasus pelanggaran merek lain terjadi di Indonesia yang dapat dijadikan parameter bahwa Perlindungan Hukum di Indonesia masih lemah.

¹⁸ Pasal 90 – Pasal 95 Undang – Undang NO. 15 tahun 2001 tentang Merek

Contoh kasus sengketa Merek yang melibatkan Merek Gudang Garam yang ditiru oleh Merek Gudang Baru dan Merek Cap Badak yang ditiru Merek Cap Kaki Tiga. Sengketa Merek Gudang Garam melawan Gudang Baru telah diputus dengan Nomor putusan No.427/K/Pdt.Sus-HKI/2022¹⁹. Gudang Garam dinyatakan menang oleh Mahkamah Agung, baik pidana maupun perdata. Tergugat dihukum 10 bulan penjara dalam kasus pidana merek tersebut. Tergugat juga kalah dalam kasus perdata.²⁰ Pihak Gudang garam juga pernah mengajukan gugatan pada pada tahun 2013 dan telah diputus dengan Nomor putusan No.04/HKI-MEREK/2013/PN.Niaga.Sby.²¹ Sedangkan Merek Cap Badak melawan Merek Cap Kaki Tiga diputus dengan Nomor putusan No.2317K/Pdt.Sus/2013. Dengan adanya putusan tersebut maka kepemilikan merek dan hak cipta

logo Badak dalam produk Cap Kaki Tiga batal demi hukum.²² Untuk lebih spesifiknya, perlindungan hukum Indonesia masih lemah dapat dilihat Undang – Undang hak Merek yang juga dilanggar. Pelanggaran tersebut dapat terjadi karena para Peniru Merek merasa tidak ada hukuman yang berat jika melanggar peraturan – peraturan yang sudah dibuat, bahkan para peniru Merek lebih mendapat keuntungan karena pasar mereka lebih terjual banyak dengan menjual barang yang lebih murah. Penjualan peniruan merek ini lebih mendapat keuntungan karena pada umumnya masyarakat lebih senang membeli produk yang harganya murah walaupun kualitasnya rendah.²³

2. Lemahnya pengawasan dan pelaksanaan peraturan tersebut.²⁴ Suatu peraturan akan berhasil jika adanya implementasi dari berbagai pihak. Dalam hal ini, tidak hanya

¹⁹ Putusan No.427/K/Pdt.Sus-HKI/2022, hlm. 9.

²⁰ Syahrizal Sidik, “Gugatan Merek! Gudang Garam vs Gudang Baru, UNVR vs Orang Tua”, terdapat dalam : <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210422081829-17-239823/gugatan-merek-gudang-garam-vs-gudang-baru-unvr-vs-orang->

[tua?page=all](#) diakses terakhir tanggal 11 Oktober 2021.

²¹ Putusan No.04/HKI-MEREK/2013/PN.Niaga.Sby, hlm. 1.

²² Putusan No.582/K/Pdt.Sus-HaKI/2013, hlm. 123.

²³ Enny Mirfa, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar”, *Op. Cit*, hlm. 66.

²⁴ *Ibid.*

pihak peniru Merek saja yang harus mengimplementasikan Undang – Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek dan Putusan No.823K/Pdt.Sus-HKI/2016 (Merek *Vans OFF The Wall* melawan *Vans OFF The Top*), Putusan No.427/K/Pdt.Sus-HKI/2022 Merek lain (Merek Gudang Garam melawan Gudang Baru), dan Putusan No.158/PK/Pdt.Sus/2012 (Merek Cap Badak melawan Merek Cap Kaki Tiga). Untuk sejalan supaya Undang – Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek dan Putusan Pengadilan Nomor 823K/Pdt.Sus-HKI/2016, Putusan No.427/K/Pdt.Sus-HKI/2022, dan Putusan No.158/PK/Pdt.Sus/2012 maka harus ada pihak atau Lembaga yang mengawasi. Hal ini bertujuan untuk jika para peniru Merek ingin melakukan pelanggaran maka akan cepat diketahui dan hal ini juga dapat menimbulkan rasa “khawatir” kepada peniru Merek yang ingin melakukan pelanggaran. Dalam

perjalanannya, sudah ada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI) yang mengawasi pelanggaran peniruan merek. DJKI merupakan Lembaga pengawasan dan pelaksana kebijakan di bidang kekayaan intelektual yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia sesuai dengan ketentuan perundang – undangan.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual menyelenggarakan fungsi :²⁵

- a) Perumusan kebijakan di bidang perlindungan hukum kekayaan intelektual, penyelesaian permohonan pendaftaran kekayaan intelektual, penyidikan, penyelesaian sengketa dan pengaduan pelanggaran kekayaan intelektual, kerja sama, promosi kekayaan intelektual, serta

²⁵ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, “Struktur Organisasi”, terdapat dalam <https://dgip.go.id/tentang-djki/struktur-organisasi/direktorat-jenderal-kekayaan-intelektual#:~:text=Direktorat%20Jenderal%20>

[Kekayaan%20Intelektual%20mempunyai,dengan%20ketentuan%20peraturan%20perundang%20Dundangan](#). Diakses terakhir tanggal 30 September 2022.

- teknologi informasi di bidang kekayaan intelektual;
- b) Pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang perlindungan hukum kekayaan intelektual, penyelesaian permohonan pendaftaran kekayaan intelektual, penyidikan, penyelesaian sengketa dan pengaduan pelanggaran kekayaan intelektual, kerja sama, promosi kekayaan intelektual, serta teknologi informasi di bidang kekayaan intelektual;
- c) Pelaksanaan pemantauan, evaluasi dan pelaporan di bidang perlindungan hukum kekayaan intelektual, penyelesaian permohonan pendaftaran kekayaan intelektual, penyidikan, penyelesaian sengketa dan pengaduan pelanggaran kekayaan intelektual, kerja sama, promosi kekayaan intelektual, serta teknologi informasi di bidang kekayaan intelektual;
- d) Pelaksanaan administrasi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual; dan
- e) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri.

Walaupun sudah ada DJKI yang mengawasi peniruan Merek namun pada realitanya pengawasan dan pelaksanaan yang dilakukan oleh DJKI masih lemah dapat dilihat dari Merek – Merek yang masih beredar yaitu Merek *Vans OFF The Top*, Merek Gudang Baru, dan Merek Cap Kaki Tiga padahal sudah ada putusan yang melarang peredaran Merek tersebut.

3. Animo masyarakat terhadap produk bermerek tetapi harganya murah.²⁶ Citra merek merupakan suatu pandangan masyarakat terhadap merek suatu produk.²⁷ Dengan adanya merek, masyarakat menilai barang – barang tersebut memiliki kualitas yang sangat baik. Seperti citra merek *Vans OFF The Wall* yang dipandang berkualitas, maka

²⁶ Enny Mirfa, Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar”, *Op. Cit.* hlm. 66.

²⁷ Surachman Surjaatmadja, “Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)”, *Op. Cit.*

munculnya pasar yang menjual sepatu dengan menirukan Merek *Vans OFF The Wall* menjadi *Vans OFF The Top* dengan harga yang lebih murah dengan tujuan merek tersebut agar dipandang berkualitas juga oleh masyarakat. Selanjutnya, hal ini juga berkesinambungan dengan pemakai. Merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan.²⁸ Dengan adanya merek *Vans OFF The Wall* yang sudah memiliki citra yang sangat baik, maka menunjukkan yang membeli merek tersebut adalah konsumen yang ekonominya sudah *high class*. Dengan demikian, masyarakat yang ingin memakai merek *Vans OFF The Wall* tetapi belum bisa, maka akan muncul animo untuk membeli sepatu yang menirukan *Vans OFF The Wall* yaitu *Vans OFF The Top* dengan harga yang lebih murah.

4. Daya beli masyarakat yang masih rendah.²⁹ Merek *Vans OFF The*

Wall memiliki citra merek yang sangat bagus. Selain citra merek yang bagus, merek *Vans OFF The Wall* juga memiliki kualitas yang terbaik. Dengan demikian, harga yang dipasarkan pun sesuai dengan kualitas. Akan tetapi, pada faktanya tidak semua kalangan dapat membelinya. Sehingga, karena tidak semua kalangan dapat membeli merek tersebut atau dapat dikatakan daya beli masyarakat masih rendah, maka muncul peniruan merek dengan harga yang lebih murah agar semua kalangan dapat memakai merek tersebut walaupun palsu.

5. Kondisi perekonomian dimana masyarakat cenderung membeli merek palsu, karena murah.³⁰ Mayoritas setiap orang ingin memakai suatu barang dengan merek yang bagus. Akan tetapi, untuk membeli barang tersebut pada faktanya tidak semua orang dapat membelinya, dengan keadaan ekonomi setiap orang

²⁸ Kelvin Christian Porajow, "Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado", *Op. Cit.*

²⁹ Enny Mirfa, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar", *Op. Cit.*, hlm. 67.

³⁰ *Ibid.*

- yang berbeda – beda maka terdapat beberapa orang yang memilih untuk membeli merek palsu sesuai dengan perekonomiannya.
6. Tingkat kesadaran masyarakat terhadap pelanggaran merek yang masih rendah.³¹ Mayoritas masyarakat di Indonesia hanya memprioritaskan merek yang dipakai saja karena citra merek *Vans OFF The Wall* sudah sangat baik. Selain itu, mayoritas masyarakat di Indonesia ingin dipandang menjadi bagian dari kaum *high class* karena memakai merek *Vans OFF The Wall*. Dengan pola pikir beberapa masyarakat tersebut, maka mereka akan memikirkan cara lain supaya tetap bisa memakai merek *Vans OFF The Wall* walaupun Tindakan tersebut sudah jelas merupakan suatu pelanggaran. Hal ini dapat terjadi karena pola pikir beberapa masyarakat yang kurang tepat dan tingkat kesadaran masyarakat tentang pelanggaran merek sangat rendah.
 7. Adanya persaingan curang yang disebut *passing of*. *Passing of* adalah persaingan curang yang dilakukan dengan cara memproduksi suatu barang yang menggunakan bentuk, tampilan atau desain tertentu dan tidak terdaftar sebagai merek.³² *Passing of* ini dapat terjadi karena persaingan antar pelaku usaha semakin pesat. Pada saat ini, perdagangan mengalami perkembangan sangat pesat terutama di *e-commerce* sehingga semakin banyak pula bermunculan pelaku usaha baru sebagai pesaing. Akibatnya, persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin tajam. Sejalan dengan berkembangnya penggunaan merek, semakin banyak pula orang – orang yang melakukan pemalsuan atau pemiripan terhadap merek – merek lain yang sudah terlebih dahulu ada di pasaran. Terlebih lagi, terhadap merek yang telah dikenal oleh masyarakat luas, seperti merek *Vans OFF The Wall* yang ditirukan menjadi

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.* hlm. 68.

merek *Vans OFF The Top*. Kecurangan ini dapat terjadi karena persaingan dalam pasar sangat pesat dan karena *Vans OFF The Wall* juga sudah dikenal di seluruh kalangan masyarakat.³³ Pelaku usaha yang memperjual belikan merek *Vans OFF The Top* berharap dengan adanya kemiripan dengan merek *Vans OFF The Wall* tersebut maka mereka dapat memperoleh keuntungan yang besar tanpa mengeluarkan biaya besar untuk promosi memperkenalkan produksinya. Hal ini dilakukan karena konsumen dapat terkelabui dengan kemiripan merek tersebut.

Penutup

1. Kesimpulan

Pada bab ini ditarik kesimpulan yang diperoleh dari bab – bab sebelumnya sehingga menghasilkan gambaran dari keseluruhan hasil penelitian. Kesimpulan dari hasil penelitian adalah sebagaimana berikut :

- 1) Perlindungan Hukum bagi pemilik hak Merek *Vans OFF The Wall* berupa Perlindungan Hukum Represif dan Preventif. Perlindungan Hukum Represif adalah tindakan pencegahan terhadap peniruan Merek dengan cara pendaftaran Merek kepada DJKI, Perlindungan Hukum Preventif adalah upaya untuk menyelesaikan sengketa Merek. Pemilik hak merek *Vans OFF The Wall* dapat melakukan upaya hukum perdata dan pidana. Pemilik hak Merek *Vans OFF The Wall* yang mengalami kerugian materil, maka pemilik hak Merek *Vans OFF The Wall* dapat meminta ganti kerugian melalui persidangan yang dilakukan di Pengadilan Niaga. Sedangkan, sanksi pidana bagi pelaku usaha yang melakukan peniruan merek dapat dipidana berdasarkan pasal 90 - pasal 95 Undang – Undang No.15 Tahun 2001 Tentang Merek, namun peniruan merek tersebut baru bisa diproses apabila adanya aduan yang dilakukan oleh pemilik hak merek yang dilindungi.

³³ Djumhana, *Hukum Merek Indonesia (Sejarah, Teori, dan Prakteknya di Indonesia)*, Op .Cit.

2) *Vans OFF The Top* masih beredar karena beberapa alasan, yaitu :
Perlindungan Hukum di Indonesia masih lemah, Lemahnya pengawasan dan pelaksanaan Undang – Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek, Animo masyarakat terhadap produk bermerek tetapi harganya murah, Daya beli masyarakat masih rendah, Kondisi perekonomian masyarakat Indonesia, Tingkat kesadaran masyarakat terhadap pelanggaran merek yang masih rendah, Adanya persaingan curang yang disebut *passing of*.

2. Saran

1) Pemerintah perlu memperkuat perlindungan hukum di Indonesia terhadap pemilik hak Merek agar Undang – Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek dapat diimplementasikan dengan baik. Dalam memperkuat perlindungan hukum di Indonesia, pemerintah perlu membuat kebijakan dalam negeri berupa sanksi yang tegas dan setimpal untuk pelaku usaha yang melakukan peniruan merek dan masyarakat yang tetap membeli merek tiruan. Hukuman yang tegas dan setimpal tersebut bertujuan untuk

supaya pelaku usaha tidak berani lagi dan jera melakukan tindakan pelanggaran menirukan merek dengan memperjual belikannya terutama di *marketplace*. Selanjutnya, jika sudah ada hukuman yang tegas dan setimpal, maka masyarakat juga akan ada rasa “khawatir” jika tetap membeli merek tiruan.

2) Kesadaran masyarakat tentang Merek perlu ditingkatkan. Di Indonesia masih banyak masyarakat yang tidak terlalu peduli akan pelanggaran merek, bahkan masih banyak masyarakat yang tidak mengerti tentang merek. Untuk mengatasi hal tersebut, perlu adanya sosialisasi yang bertujuan untuk menjelaskan tentang merek, pelanggaran merek, implementasi betapa pentingnya Undang – Undang tentang Merek, dan konsekuensi jika tetap memakai merek tiruan. Sosialisasi tersebut dapat dilakukan dari pemerintah atau lembaga yang mengawasi tentang Kekayaan Intelektual (DJKI). Sosialisasi tersebut sangat penting karena dalam mengimplementasikan suatu peraturan perundang – undangan

sejatinya tidak bisa hanya dilakukan pemerintah saja, melainkan harus adanya kerja sama dari kesadaran masyarakat

H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Intelektual*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2002.

Sumber Dari Karya Ilmiah:

Enny Mirfa, “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK TERDAFTAR”, *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, Edisi No. 1 Vol 11, Fakultas Hukum Universitas Samudra, 2016.

Gracia Margaretha Simanjuntak, “Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Terkenal Asing”, *OJS Univertas Udayana*, Edisi No. 6 Vol 02, Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2014.

Haedah Faradz, “PERLINDUNGAN HAK ATAS MEREK”, *Jurnal Dinamika Hukum*, Edisi Nomor 1 Vol 8, Fakultas Hukum Universitas Jenderal Soedirman, 2008.

Peraturan Perundang-undangan:

Pasal 1365 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata.

Pasal 3 – Pasal 6 Undang – Undang No.15 tahun. 2001 tentang Merek.

Pasal 76 ayat (1) Undang – Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek.

Pasal 90 – Pasal 95 Undang – Undang N0. 15 tahun 2001 tentang Merek.

Putusan No.427/K/Pdt.Sus-HKI/2022.

Putusan No.04/HKI-MEREK/2013/PN.Niaga.Sby.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Dari Buku:

Djumhana, *Hukum Merek Indonesia (Sejarah, Teori, dan Prakteknya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014.

Direktorat Jenderal Industri, *Panduan Pengenalan HKI*, Departemen Penindustrian, Jakarta, 2016.

Philipus M Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Masyarakat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya.

Sajipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.

Fajar Ari Sudewo, *Pendekatan Restorative Justice bagi Anak yang Berhadapan dengan Hukum*, PT Nasya Expanding Management, Pemalang, 2021.

Putusan No.582/K/Pdt.Sus-HaKI/2013.

Data Elektronik :

Trias, “Portal Informasi Bisnis Terkini”, terdapat dalam <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2021/01/22/haki-adalah/> diakses terakhir tanggal 22 Januari 2022.

Alvin Bahar, “Kisah Sneakers KW Indonesia 'Vans Off The Top' yang Digugat Sama 'Vans Off The Wall', Kalah Telak Hingga Denda Jutaan Rupiah!”, terdapat dalam <https://hai.grid.id/amp/072285816/kisah-sneakers-kw-indonesia-vans-off-the-top-yang-digugat-sama-vans-off-the-wall-kalah-telak-hingga-denda-jutaan-rupiah> diakses terakhir tanggal 22 Januari 2022.

Syahrizal Sidik, “Gugatan Merek! Gudang Garam vs Gudang Baru, UNVR vs Orang Tua”, terdapat dalam : <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210422081829-17-239823/gugatan-merek-gudang-garam-vs-gudang-baru-unvr-vs-orang-tua?page=all> diakses terakhir tanggal 11 Oktober 2021.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, “Struktur Organisasi”, terdapat dalam <https://dgip.go.id/tentang-djki/struktur-organisasi/direktorat-jenderal-kekayaan-intelektual#:~:text=Direktorat%20Jenderal%20Kekayaan%20Intelektual%20mempunyai,dengan%20ketentuan%20peraturan%20perundang%20Dundangan.> Diakses terakhir tanggal 30 September 2022.