

LEGALITAS PENGGUNAAN MEREK PEGADAIAN OLEH PT PEGADAIAN (PERSERO)

Muhammad Hasyim

Fakultas Hukum Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara

*Korespondensi : hasyim.soska@gmail.com

Abstract

In the era of globalization, brands have a very important role for entrepreneurs in the business world because with the brand that marks the goods and services traded, the public will know the products or the services. Trademark Law and Geographical Indications have set the brand as a business characteristic and identity for goods and services. This study aims to analyze the legality of the use of pawnshop brand by PT Pegadaian based on the Trademark Law and Geographical Indications. This type of research is normative research. This study analyzes qualitatively the primary legal material relating to the object of research. From the results of this study it was concluded that the word pawnshop in its use to the community is still interpreted as a place of pawn which is still a general word, so that the registration of pawnshops as a brand has not been fully able to build secondary meaning which becomes a differentiating power. Therefore, the Government must carry out substantive checks on the brands that are to be registered. Then the inspection must be based on the provisions of the Trademark Law and Geographical Indications.

Keywords: Legality, Pawnshop brand, Intellectual Property.

Abstrak

Di era globalisasi, merek memiliki peranan yang sangat penting bagi para pengusaha dalam dunia bisnis karena merek memberi tanda pada barang dan jasa agar masyarakat mengenal suatu produk atau jasa. Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis telah mengatur tentang merek yang menjadi ciri usaha dan identitas pada barang dan jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis legalitas penggunaan merek pegadaian oleh PT Pegadaian berdasarkan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Jenis penelitian ini adalah penelitian normatif. Penelitian ini menganalisis secara kualitatif bahan hukum primer yang berkenaan objek penelitian. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa kata pegadaian dalam penggunaannya kepada masyarakat masih diartikan sebagai tempat bergada yang masih merupakan kata umum, sehingga pendaftaran kata pegadaian sebagai merek belum sepenuhnya mampu membangun *secondary meaning* yang menjadi daya pembeda. Oleh karena itu, Pemerintah harus melakukan pemeriksaan substantif terhadap merek-merek yang hendak didaftarkan. Kemudian pemeriksaan itu harus berdasarkan ketentuan Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Kata kunci : Hukum Merek, Pegadaian, Kekayaan intelektual.

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan salah satu kegiatan bisnis yang terus tumbuh dan berkembang. Di era globalisasi, merek mempunyai peranan yang sangat penting bagi para

pengusaha dalam dunia bisnis karena dengan adanya merek yang memberi tanda pada barang dan jasa yang diperdagangkan maka masyarakat akan mengenal produk yang dibelinya atau jasa yang dipergunakan. Salah satu perkembangan yang aktual dan memperoleh perhatian dalam beberapa tahun terakhir ini dan masih akan berlangsung di masa yang akan datang adalah semakin meluasnya arus globalisasi baik di bidang sosial, ekonomi, budaya maupun bidang-bidang kehidupan lainnya.

Perkembangan teknologi informasi dan transportasi telah menjadikan kegiatan di sektor perdagangan meningkat secara pesat dan bahkan telah menempatkan dunia sebagai pasar tunggal bersama. Era perdagangan global hanya dapat dipertahankan jika terdapat iklim persaingan usaha yang sehat. Di sini merek memegang peranan yang sangat penting yang memerlukan sistem pengaturan yang lebih memadai.

Merek dagang memegang peranan sangat penting karena merek dagang bisa menjadi alat pemasaran yang telah memiliki perlindungan hukum dan hal ini penting untuk membangun reputasi diantara produk lain dan diantara para konsumen selaku pengguna produk dan bisa menjadi investasi yang sangat berharga terutama ketika permintaan pada produk yang di tawarkan menjadi terus bertambah, dalam hal ini juga merek menjadi ciri usaha dan menjadi semacam identitas yang di pertahankan dan telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pengaturan tentang merek di Indonesia telah mengalami beberapa kali perubahan dengan penggantian Undang-Undang. Terdapat beberapa hal pokok perubahan dan penambahan dalam setiap perubahan yang dilakukan.

Peraturan tentang merek pertama yang dibuat oleh pemerintah Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan. Sebelumnya, Indonesia menggunakan Undang-Undang merek Kolonial Tahun 1912. Pada Tahun 1992, pemerintah Indonesia memperbaharui pengaturan merek dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Dengan adanya Undang-Undang baru tersebut, surat keputusan administratif yang terkait dengan prosedur pendaftaran merekpun dibuat. Berkaitan dengan kepentingan reformasi merek, Indonesia turut serta meratifikasi Perjanjian Internasional Merek WIPO.

Kemudian pada Tahun 1997, dalam rangka menyesuaikan dengan perjanjian Internasional mengenai aspek-aspek yang terkait dengan perdagangan dari Hak Kekayaan Intelektual (TRIPs)-GATT, Pemerintah melakukan pembaharuan dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Terjadi penyesuaian terkait dengan perlindungan atas indikasi asal dan geografis dan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan Undang-Undang Merek yang terakhir.

Pengertian Merek berdasarkan Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, memberikan pengertian merek sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa.

Nama perusahaan, tidak serta merta menjadi merek yang dilindungi oleh hukum. Salah satu contohnya dalam kasus sengketa perebutan merek Sinar Laut. Dalam persidangan kasus tersebut di Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, Tomi Suryo Utama, sebagai pakar di bidang hak atas kekayaan intelektual dari Universitas Gadjah Mada yang dihadirkan untuk memberikan keterangan ahli menyampaikan bahwa suatu perusahaan tidak otomatis mendapatkan merek sesuai dengan nama perusahaan tersebut.

Artinya, ketika suatu badan hukum didirikan dengan nama tertentu, bukan berarti nama perusahaan itu menjadi merek yang menjadi hak eksklusif perusahaan tersebut.

Nama perusahaan dan merek adalah dua hal yang berbeda. Apabila suatu perusahaan ingin mendapatkan merek sesuai dengan namanya, maka perusahaan tersebut tetap harus melakukan pendaftaran. Indonesia menganut asas konstitutif atau first to file dalam mendapatkan hak atas merek. Konsekuensi dari asas ini adalah harus ada tindakan formil yaitu pendaftaran.

Biasanya, yang dikenal orang adalah *brand*, bukanlah nama perusahaan pembuatnya. Jarang yang tahu kalau Anggur Kolesom Cap Orang Tua dan biskuit Tango, yang produk dan segmentasinya jelas berbeda, ternyata dibuat oleh perusahaan yang sama: PT Artha Boga Cemerlang. Ini hanya satu contoh. Dengan demikian bahwa satu perusahaan yang sama bisa memproduksi *brand* berbeda. Ia cukup meletakkannya dalam divisi. Bila kemudian ternyata dipandang perlu, bisa saja divisi tadi dimekarkan menjadi anak perusahaan. Tapi tetap sah saja kalau dibiarkan tetap dalam divisi misalnya demi alasan efisiensi. Lebih jauh Tomi berpendapat, nama perusahaan dan merek adalah dua hal yang harus dibedakan. Apabila suatu perusahaan ingin mendapatkan merek sesuai dengan namanya, maka perusahaan tersebut tetap harus melakukan pendaftaran.

PT. Pegadaian sebagai salah satu perseroan yang menjalankan usaha di bidang gadai dan fidusia, baik secara konvensional maupun syariah, dan jasa lainnya di bidang keuangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan terutama untuk masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah, usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya perseroan dengan menerapkan prinsip perseroan terbatas.

Bentuk pegadaian sebagai perseroan juga berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kata pegadaian sebagai merek jasa dari sebuah perseroan jika dilihat berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya dalam Pasal 20 huruf (b), huruf (e) dan huruf (f) dapat dikatakan bertentangan karena tidak memiliki daya pembeda, telah menjadi milik umum, dan merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya. Hal ini dapat dilihat juga dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang memberikan penjelasan terhadap kata pegadaian sebagai tempat gadai atau rumah gadai.

Pegadaian dalam hal ini PT. Pegadaian (PERSERO) merupakan salah satu merek untuk usaha yang bergerak di bidang jasa pegadaian, hal ini dapat dilihat dalam daftar umum merek. Dalam daftar umum merek terdapat beberapa merek yang telah terdaftar berdasarkan permohonan dari PT. Pegadaian (PERSERO) yakni merek "PEGADAIAN" dengan nomor permohonan J002009002713 dan nomor pendaftaran IDM000282914. Keterangan dalam daftar umum merek, pegadaian adalah jasa pelayanan berdasarkan hukum gadai dan fidusia.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya Pasal 20 yang mengatur tentang merek yang tidak dapat didaftarkan apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur, di pasal 20 huruf (b) ini mengatakan bahwa merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, maksud dari pasal 20 huruf (b) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu merek tersebut berkaitan atau hanya menyebutkan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, sementara merek pegadaian ini telah didaftarkan dalam daftar umum merek dengan hanya menyebutkan jasanya saja yang dimohonkan pendaftarannya.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Tentang Merk

Merk menurut Yusran Isanaini adalah “tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”. Menurut Prof. Molengraaf merk adalah dengan mana di pribadikanlah sebuah barang tertentu untuk menunjukkan asal barang dan jaminan kualitasnya sehingga di bandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh orang atau perusahaan lain. Menurut H.M.N Purwo Sutjipto merk dapat diartikan suatu tanda dengan mana suatu benda tertentu di pribadikan sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.

Pengertian merk yang dijelaskan pada Pasal 1 angka 1 Undangundang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merk dan Indikasi Geografis adalah merupakan tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Perseroan Terbatas

Menurut Soedjono Dirjosisworo Perseroan Terbatas atau PT adalah badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 sebagaimana telah diubah dengan serta peraturan pelaksanaannya.

Menurut H.M.N. Purwosutjipto, Perseroan terbatas adalah persekutuan berbentuk badan hukum. Badan hukum ini tidak disebut “persekutuan”, tetapi “perseroan”, sebab modal badan hukum itu terdiri dari sero-sero atau saham yang dimilikinya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah proses dan tata cara memecahkan masalah, sedangkan penelitian adalah pemeriksaan secara hati-hati, tekun dan tuntas terhadap suatu gejala untuk menambah pengetahuan manusia. Dengan demikian metode penelitian dapat diartikan sebagai proses prinsip-prinsip dan tata cara untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam melakukan penelitian. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, dimana pendekatan terhadap permasalahan dilakukan dengan mengkaji ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.

Jenis penelitian ini adalah penelitian normatif, yaitu dengan cara mengkaji asas-asas hukum yang ada dalam peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas oleh penulis, khususnya peraturan-peraturan yang memiliki keterkaitan dengan legalitas penggunaan merek Pegadaian oleh PT. Pegadaian (PERSERO).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Legalitas Penggunaan Merek Pegadaian oleh PT Pegadaian (PERSERO)

Merek yang dimohonkan oleh PT. Pegadaian (PERSERO) adalah berupa merek jasa dalam hal ini adalah jasa pelayanan usaha gadai. Jika lihat berdasarkan Pasal 1 butir 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek jasa Pegadaian adalah merek yang digunakan pada jasa pelayanan gadai yang diperdagangkan oleh badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

Pendaftaran merek penting dan diisyaratkan oleh undang-undang bahwa merek harus di daftar. Selain berguna sebagai alat bukti yang sah atas merek terdaftar, pendaftaran merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis juga berguna sebagai dasar mencegah orang lain memakai merek yang sama pada pokoknya atau secara keseluruhan dalam peredaran barang atau jasa.

Pendaftaran merek Pegadaian dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) sebagai sebuah badan usaha milik Negara yang bergerak dibidang pelayanan jasa gadai dan fidusia. Merek tidak dapat didaftarkan apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur yang disebutkan dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Sebagaimana dalam Pasal 1 butir 3 disebutkan bahwa merek jasa digunakan untuk membedakan dengan merek jasa yang lain, maka berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, penggunaan kata pegadaian mengandung unsur yang merupakan keterangan atau yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Pegadaian dapat diartikan sebagai salah satu jasa yang pada dasarnya sudah menjadi kata umum dalam penggunaan di keseharian masyarakat Indonesia.

Pendaftaran merek pegadaian, tidak memberikan unsur yang kuat dalam hal membedakan dengan merek jasa yang lain. Suatu merek bagi produsen barang atau jasa sangat penting, karena berfungsi untuk membedakan antara barang atau jasa satu dengan yang lainnya serta berfungsi sebagai tanda untuk membedakan asal-usul, citra reputasi maupun bonafiditas diantara perusahaan yang satu dengan yang lainnya yang sejenis. Bagi konsumen dengan makin beragamnya barang dan jasa yang berada dipasaran melalui merek dapat diketahui kualitas dan asal-usul dari barang tersebut.

Penggunaan Merek Pegadaian Berdasarkan Undang-Undang

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 tahun 1993 Tentang Kelas barang atau jasa bagi pendaftaran merek, Pegadaian terdapat pada Kelas 36 mengenai Asuransi, urusan keuangan, urusan moneter, urusan real estate.

Kata Pegadaian sebagai Merek terdaftar di Daftar Umum Merek dengan Nomor Pendaftaran IDM000282914, tanggal pendaftaran 2 Desember 2010, tanggal jatuh tempo adalah 29 Januari 2029. Pemohon pendaftaran adalah PT. Pegadaian (PERSERO).

Pemilik merek dapat mengajukan permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan untuk jangka waktu yang sama, biasanya Direktorat Jenderal tidak lagi melakukan penelitian (*examination*) atas merek tersebut pada saat pemilik merek mengajukan perpanjangan untuk perlindungan. Prosedur permohonan perpanjangan waktu dilakukan secara tertulis oleh pemilik merek, atau kuasanya dalam jangka waktu tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek terdaftar tersebut.

Permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan ini dapat disetujui jika merek yang bersangkutan masih dipakai pada barang atau jasa sebagaimana diproduksi dan diperdagangkan oleh pemilik merek atau kuasanya. Permohonan perpanjangan waktu perlindungan merek terdaftar juga dapat ditolak, yaitu dengan pemberitahuan secara tertulis kepada pemilik atau kuasanya dengan menyebutkan alasannya. Alasan penolakan itu antara lain karena telah melewati atau kurang dari jangka waktu yang ditetapkan untuk pengajuan kembali, tidak membayar biaya pengajuan, merek tersebut sudah tidak dipakai

pada barang atau jasa sebagaimana disebut dalam sertifikat merek atau karena barang atau jasa tersebut sudah tidak diproduksi dan diperdagangkan lagi.

Penggunaan merek tersebut telah mendapat persetujuan dari Direktorat Jenderal Hak Atas Kekayaan Intelektual Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia jika dilihat daftar umum merek. Namun, pendapat penulis penggunaan merek tersebut yang tentunya telah melewati beberapa bentuk pemeriksaan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, masih menyisakan permasalahan jika dilihat dari ketentuan yang ada dalam Undang-Undang Merek itu sendiri khususnya dalam Pasal 20.

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pendaftaran merek juga melalui beberapa pemeriksaan dalam hal ini adalah pemeriksaan substantif, dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pemeriksaan substantif adalah pemeriksaan yang dilaksanakan berdasarkan ketentuan Pasal 23 dan Pasal 24.

Pemeriksaan substantif dilakukan oleh pejabat pemeriksa yang ahli. Jika hasil pemeriksaan substantif bahwa Permohonan dapat disetujui untuk didaftar, atas persetujuan Direktur Jenderal, Permohonan tersebut diumumkan dalam Berita Resmi Merek.

Setiap pihak dapat mengajukan permohonan untuk memperoleh petikan resmi Sertifikat Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek dengan membayar biaya.

Dalam hal Pemeriksa melaporkan hasil pemeriksaan substantif bahwa Permohonan tidak dapat didaftar atau ditolak, atas persetujuan Direktur Jenderal, hal tersebut diberitahukan secara tertulis kepada Pemohon atau Kuasanya dengan menyebutkan alasannya.

Adapun syarat mutlak suatu merek yang harus dipenuhi oleh setiap orang ataupun badan hukum yang memakai suatu merek, agar supaya merek itu dapat diterima dan dipakai sebagai merek atau cap dagang, syarat mutlak yang harus dipenuhi adalah bahwa merek itu harus mempunyai daya pembedaan yang cukup. Dengan kata lain tanda yang dipakai ini haruslah sedemikian rupa sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang hasil produksi sesuatu perusahaan atau barang perniagaan (perdagangan) atau jasa dari produksi seseorang dengan barang-barang atau jasa yang diproduksi oleh orang lain. Karena adanya merek itu barang-barang atau jasa yang diproduksi menjadi dapat dibedakan.

Merek yang dimohonkan oleh PT. Pegadaian (PERSERO) adalah berupa merek jasa dalam hal ini adalah jasa pelayanan usaha gadai. Jika lihat berdasarkan Pasal 1 butir 3 Undang-Undang Merek, merek jasa Pegadaian adalah merek yang digunakan pada jasa pelayanan gadai yang diperdagangkan oleh badan hokum untuk membedakan dengan jasa-jasa lainnya.

Pendaftaran merek Pegadaian dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) sebagai sebuah badan usaha milik Negara yang bergerak dibidang pelayanan jasa gadai dan fidusia.

Sebagaimana dalam Pasal 1 butir 3 disebutkan bahwa merek jasa digunakan untuk membedakan dengan merek jasa yang lain, maka berdasarkan Pasal 5 Undang-Undang Merek ini, penggunaan kata pegadaian mengandung unsur yang merupakan keterangan atau yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Pegadaian dapat diartikan sebagai salah satu jasa yang pada dasarnya sudah menjadi kata umum dalam penggunaan di keseharian masyarakat indonesia.

Pendaftaran merek pegadaian, tidak memberikan unsur yang kuat dalam hal membedakan dengan merek jasa yang lain. Berdasarkan penjelasan dalam Undang-undang merek dicontohkan seperti merek kopi yang merupakan keterangan barang yang tidak

dapat digunakan sebagai merek, karena menjelaskan keterangan suatu barang, begitu pula halnya dengan kata pegadaian yang menerangkan suatu jasa gadai.

Suatu merek bagi produsen barang atau jasa sangat penting, karena berfungsi untuk membedakan antara barang atau jasa satu dengan yang lainnya serta berfungsi sebagai tanda untuk membedakan asal-usul, citra reputasi maupun bonafiditas diantara perusahaan yang satu dengan yang lainnya yang sejenis. Bagi konsumen dengan makin beragamnya barang dan jasa yang berada dipasaran melalui merek dapat diketahui kualitas dan asal-usul dari barang tersebut.

KESIMPULAN

Kata pegadaian dalam penggunaannya di masyarakat masih diartikan sebagai tempat bergadai yang masih merupakan kata umum. Sehingga pendaftaran kata pegadaian sebagai merek belum sepenuhnya mampu membangun *secondary meaning* yang menjadi daya pembeda. Direktorat Jenderal dalam melakukan pemeriksaan substantif terhadap merek-merek yang hendak didaftarkan haruslah pemeriksaan tersebut berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- H.M.N. Purwosutjipto, 1979 "Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia, Djambatan, Jakarta,
- Ita Gambiro, 2002, *Hukum Merek Beserta Peraturan Perundang-undangan di Bidang Merek*, Jakarta: CV Sebelas Printing
- Iswi Hariyani, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, Jakarta: Kencana, tanpatahun
- Muhammad Abdulkadir, 2001, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung : PT. Citra Aditya Bhakti
- Muhammad Djumhana & R. Djubaidillah, 1993, *Hak Milik Intelektual*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- OK. Saidin, 2010, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (intellectual property rights)*, Jakarta : Rajawali Pers
- Peter Mahmud Marzuki, 2005, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana
- Soedjono Dirjosisworo, "Hukum Perusahaan Mengenai Bentuk-bentuk Perusahaan (badan usaha) di Indonesia", Mandar Maju, Bandung, 1997

Peraturan Perundang-Undangan :

- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Peraturan Pemerintah Nomor 24 tahun 1993 Tentang Kelas Barang atau Jasa bagi Pendaftaran Merek