



Tantangan dan Perlindungan Hukum Merek dalam Transaksi *E-Commerce* di Indonesia

Wilma Silalahi*, Mutiara Putri

Universitas Tarumanagara

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana efektivitas penegakan hukum dalam melindungi hak merek sejalan dengan pesatnya pertumbuhan e-commerce di Indonesia. Metode penelitian yang dipakai adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan konseptual dan perundang-undangan. Hasil studi menunjukkan bahwa meskipun telah ada dasar hukum yang tegas, seperti ketentuan dalam Undang-Undang Merek perlindungan hak milik dalam UU Dasar 1945, efektivitas penegakan hukum masih menghadapi sejumlah hambatan. Tantangan ini mencakup tingginya pelanggaran merek di E-Commerce, kurangnya pengawasan, keterbatasan pihak penegak hukum, serta minimnya kesadaran hukum di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan usaha yang menyeluruh melalui penguatan peraturan, peningkatan kolaborasi antar institusi, pemanfaatan teknologi, serta peningkatan kesadaran hukum masyarakat untuk membangun sistem perlindungan merek yang efisien dan memberikan kepastian hukum.

Kata Kunci: Perlindungan Merek, Hak Kekayaan Intelektual, *E-Commerce*

DOI:

<https://doi.org/10.47134/ijlj.v3i3.5680>

*Correspondence: Wilma Silalahi

Email: wilmasilalahi@fh.untar.ac.id

Received: 30-01-2026

Accepted: 28-02-2026

Published: 30-03-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This research intends to assess the efficiency of law enforcement in safeguarding trademark rights amidst the swift expansion of e-commerce in Indonesia. The study employs a normative legal method utilizing both statutory and conceptual frameworks. The results indicate that while Indonesia has created a distinct legal structure, featuring trademark laws and constitutional safeguards for property rights, its enforcement is still lacking in effectiveness. Numerous challenges remain, including the frequent occurrence of trademark violations on online platforms, inadequate oversight, insufficient capabilities of law enforcement agencies, and minimal public awareness of legal rights. These circumstances highlight a discrepancy between current regulations and their implementation. Consequently, this research determines that extensive actions are necessary to enhance trademark protection, such as fortifying legal structures, improving inter-agency collaboration, leveraging technology for oversight, and boosting public knowledge to guarantee legal clarity and efficient law enforcement.

Keywords: Trademark Protection; Intellectual Property Rights; E-Commerce

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah menghasilkan perubahan besar dalam cara transaksi perdagangan di Indonesia, terutama melalui hadirnya *e-commerce* sebagai media utama dalam aktivitas jual beli. *E-commerce* memungkinkan transaksi berlangsung dengan cepat, mudah, dan tanpa batasan wilayah, sehingga meningkatkan efisiensi dalam kegiatan ekonomi masyarakat. (Alexander & Fransiscus : 2020) Nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia bahkan terus meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, mengindikasikan adanya perubahan besar dalam sistem perdagangan nasional.

Di balik kemudahan tersebut terdapat berbagai isu hukum, salah satunya terkait perlindungan hak atas kekayaan intelektual, terutama merek. Merek memainkan peran krusial sebagai identitas bagi produk atau layanan yang mencerminkan standar dan reputasi pelaku bisnis. Dalam dunia *e-commerce*, eksistensi merek semakin penting karena menjadi salah satu elemen utama yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam menjalani transaksi secara daring. (Gede & dkk : 2020) Namun cepatnya pertumbuhan platform digital juga menciptakan kesempatan bagi terjadinya pelanggaran merek, seperti pemalsuan, penggunaan tanpa izin, serta peniruan yang merugikan pemilik merek.

Fenomena pelanggaran merek di *e-commerce* menjadi semakin rumit seiring dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha yang menggunakan platform digital. Banyak pihak dengan leluasa menjual barang menggunakan merek terkenal tanpa hak yang sah, sehingga menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat. Di samping itu, sifat anonim dan lintas batas dari *e-commerce* juga menyulitkan pengawasan serta penegakan hukum terkait pelanggaran itu. Keadaan ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum merek dalam era digital menghadapi tantangan yang jauh lebih signifikan dibandingkan dengan perdagangan tradisional.

Masalah lain terdapat pada seberapa efektif penegakan hukum dalam menangani pelanggaran merek di platform *e-commerce*. Tanggung jawab platform *e-commerce* sebagai penyedia layanan juga menjadi masalah yang krusial dalam perlindungan merek. Platform digital tidak hanya berfungsi sebagai jembatan antara penjual dan pembeli, tetapi juga berperan dalam memelihara ekosistem perdagangan yang aman dan sehat. Namun, dalam kenyataannya, masih ada kelemahan dalam sistem pengawasan dan pengendalian produk yang dipasarkan, sehingga memungkinkan terjadinya pelanggaran merek secara besar-besaran. Ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara regulasi yang telah ada dan penerapannya di lapangan.

Dengan merujuk pada penjelasan tersebut, terlihat bahwa perlindungan hukum merek dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia menghadapi beragam tantangan yang rumit, baik dari segi regulasi, penegakan hukum, maupun kemajuan teknologi itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mendalam mengenai tantangan serta bentuk perlindungan hukum yang dapat diterapkan untuk menciptakan sistem perdagangan digital yang adil, aman, dan memberikan kepastian hukum kepada semua pihak yang terlibat. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini memusatkan perhatian yang difokuskan pada dua aspek utama. Pertama, terkait berbagai isu yang muncul dalam perlindungan hukum merek terhadap pelanggaran yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia. Kedua, berkaitan dengan seberapa efektif penegakan hukum dalam menjaga hak merek di tengah kemajuan pesat *e-commerce* di Indonesia. Kedua pertanyaan penelitian ini menjadi pijakan untuk menganalisis situasi nyata serta mencari solusi yang tepat guna meningkatkan perlindungan hukum terhadap hak merek di zaman digital.

Metodologi

Penelitian ini menerapkan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan legislasi dengan menganalisis berbagai peraturan yang berhubungan dengan perlindungan merek dan transaksi perdagangan elektronik di Indonesia, sementara pendekatan konseptual diterapkan untuk memahami prinsip, doktrin, dan teori hukum yang berkaitan dengan isu yang diteliti.

Sumber hukum yang digunakan mencakup sumber hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan, bahan hukum sekunder meliputi buku, jurnal, sedangkan bahan hukum tersier mencakup kamus hukum dan sumber tambahan lainnya. Pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan studi literatur (*library research*) yang selanjutnya dianalisis secara kualitatif menggunakan metode deskriptif untuk mendapatkan kesimpulan mengenai perlindungan hukum merek dalam transaksi e-commerce di Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

1. Tantangan Yang Dihadapi Dalam Perlindungan Hukum Merek Terhadap Pelanggaran Yang Terjadi Di Transaksi E-Commerce Di Indonesia

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia telah menghadirkan perubahan besar dalam sistem perdagangan, terutama dalam aspek distribusi dan pemasaran barang. Namun, di balik kenyamanan itu, muncul tantangan besar dalam perlindungan hukum merek. Merek yang mencerminkan identitas produk sangat mudah diserang pelanggaran di dunia digital, mengingat sistem *e-commerce* yang terbuka dan dapat diakses oleh siapa saja. Keadaan ini mengakibatkan bertambahnya kemungkinan penyalahgunaan merek tanpa persetujuan dari pemiliknya (Margono : 2019; Rahardjo : 2000; Lessig : 2006; Sutedi : 2014).

Salah satu masalah utama adalah tingginya angka pemalsuan dan peniruan merek di platform *e-commerce*. Banyak pengusaha yang memanfaatkan ketenaran merek terkenal untuk menarik minat konsumen dengan menjual produk palsu. Praktik ini tidak hanya berdampak negatif terhadap keuangan pemilik merek, tetapi juga berpotensi merusak citra merek di mata konsumen. Selain itu, konsumen juga berisiko dirugikan karena menerima produk yang kualitasnya tidak sesuai dengan harapan (Damian : 2017; Prawirayuda dkk. : 2020; Goldman : 2018).

Ciri-ciri *e-commerce* yang anonim dan melintasi batas wilayah juga merupakan hambatan dalam penegakan hukum. Pelaku pelanggaran bisa dengan mudah menyembunyikan identitasnya atau beroperasi dari luar wilayah hukum Indonesia, sehingga mempersulit proses penegakan. Hal ini menunjukkan bahwa hukum yang berlaku masih memiliki batasan dalam mengatasi pelanggaran yang terjadi di ranah digital, terutama yang melibatkan pihak internasional (Bambang & Sujayadi : 2020; Sjahdeini : 2009; Gervais : 2017).

Tantangan selanjutnya adalah minimnya pengawasan terhadap aktivitas perdagangan di platform *e-commerce*. Walaupun sejumlah platform telah menawarkan sistem pelaporan, efektivitasnya masih kurang optimal. Sejumlah produk yang melanggar hak merek sering kali masih dapat beredar dalam waktu lama sebelum diambil tindakan.

Hal ini menunjukkan bahwa sistem pengawasan belum berhasil mengimbangi cepatnya pertumbuhan transaksi digital (Nasution : 2019; Widodo : 2021; WIPO : 2021; Laudon & Traver : 2020).

Selain itu, kurangnya pemahaman hukum dari pelaku usaha dan konsumen juga merupakan faktor yang krusial. Beberapa pelaku usaha kurang menyadari signifikansi pendaftaran dan perlindungan merek, sedangkan konsumen biasanya lebih memprioritaskan harga murah tanpa memikirkan keaslian barang. (Margono : 2019; Silalahi : 2023) Kondisi ini secara tidak langsung mendorong berlanjutnya pelanggaran merek dalam *e-commerce*.

Masalah lain ada pada regulasi yang belum sepenuhnya sesuai dengan perkembangan teknologi. Walaupun sudah ada peraturan tentang merek dan transaksi elektronik, pengaturan yang khusus membahas pelanggaran merek di *e-commerce* masih belum banyak. Situasi ini memberikan kesempatan kepada pelanggar untuk mengeksploitasi kekosongan hukum yang tersedia (Agus : 2010; Alexander & Franciscus : 2020; Dinwoodie & Janis : 2010).

Sebaliknya, penegakan hukum untuk pelanggaran merek juga mengalami tantangan, seperti prosedur yang berbelat-belat dan biaya yang cukup mahal. Akibatnya, banyak pemilik merek ragu untuk mengambil langkah hukum. Sehingga banyak kasus pelanggaran yang tidak ditangani dengan baik. Kemajuan teknologi yang cepat juga menjadi tantangan tersendiri. Perkembangan teknologi memungkinkan pelanggar untuk memasarkan produk dengan lebih luas dan cepat. (Gunawan : 2024; Susanti : 2018) Maka aparat penegak hukum harus terus menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut agar dapat melaksanakan pengawasan dengan efisien.

Selain itu tidak adanya koordinasi antara lembaga yang bersangkutan juga menjadi kendala dalam usaha perlindungan merek. Penanganan pelanggaran merek melibatkan banyak pihak, sehingga kerja sama yang baik sangat penting agar penegakan hukum dapat berjalan dengan efektif. Tanpa koordinasi yang efektif, usaha perlindungan hukum menjadi tidak optimal (Hadjon : 1987; Marzuki : 2016).

Demikian tantangan dalam perlindungan hukum terhadap merek dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia sangat rumit dan saling terkait. Dengan demikian, dibutuhkan usaha yang menyeluruh dan terpadu untuk menangani berbagai masalah tersebut demi membangun sistem perdagangan digital yang adil serta memberikan kepastian hukum.

2. Efektivitas Penegakan Hukum Dalam Melindungi Hak Merek Di Tengah Perkembangan E-Commerce Di Indonesia

Perlindungan hak merek sejatinya adalah komponen dari perlindungan hak kepemilikan yang dijamin dalam kerangka hukum Indonesia. Dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, terutama Pasal 28H ayat (4), ditegaskan bahwa setiap individu berhak atas hak milik pribadi dan hak milik tersebut tidak boleh diambil secara sembarangan oleh siapa pun. Ketentuan ini menegaskan bahwa hak atas merek sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual juga merupakan jenis hak milik yang harus dilindungi oleh negara (Hadjon : 1987; Rahardjo : 2000).

Penegakan hukum untuk pelanggaran merek di Indonesia pada dasarnya telah memiliki dasar hukum yang cukup jelas melalui peraturan perundang-undangan di sektor

hak kekayaan intelektual dan transaksi elektronik. Akan tetapi, kenyataannya, efektivitas penegakan hukum itu masih menghadapi beragam tantangan, terutama dalam konteks *e-commerce* yang berkembang dengan sangat cepat. Ciri khas transaksi digital yang cepat, transparan, dan melintasi batas wilayah menjadikan proses pengawasan dan penegakan hukum semakin rumit dibandingkan perdagangan tradisional (Eddy : 2017; Bambang & Sujayadi : 2020).

Secara normatif, pemilik merek memiliki hak eksklusif untuk memanfaatkan dan melindungi mereknya dari pihak lain yang tidak berhak. Mekanisme perlindungan bisa dilakukan melalui jalur litigasi dan non-litigasi, seperti tuntutan perdata, laporan kriminal, serta penyelesaian sengketa alternatif. Namun, dalam pelaksanaannya, efektivitas mekanisme itu sering kali terhalang oleh proses yang berliku, biaya yang mahal, serta lambatnya respons terhadap pelanggaran yang terjadi di platform *e-commerce* (Marzuki : 2016; Sjahdeini : 2009).

Sebaliknya, keberadaan aparat penegak hukum juga menjadi elemen krusial dalam menilai efektivitas perlindungan merek. Penegakan hukum yang efektif memerlukan pemahaman yang cukup tentang kemajuan teknologi digital, termasuk pola pelanggaran yang muncul di platform *e-commerce*. Namun, keterbatasan kapasitas dan sumber daya teknis sering kali menjadi hambatan dalam menangani kasus pelanggaran merek secara efisien. Di samping itu, peran platform *e-commerce* sebagai pihak penghubung juga sangat berpengaruh dalam proses penegakan hukum. (Gunawan : 2024; Widodo : 2021) Berbagai platform telah menawarkan fitur untuk melaporkan dan menghapus produk yang melanggar hak merek. Efektivitasnya tetap tergantung pada kecepatan respons serta komitmen platform dalam menanggapi laporan tersebut. Dalam banyak situasi, produk yang melanggar sering kali dapat muncul kembali dengan akun atau identitas lain, yang menunjukkan bahwa mekanisme yang ada belum sepenuhnya berhasil.

Aspek lain yang memengaruhi keberhasilan penegakan hukum adalah minimnya kesadaran hukum masyarakat, baik dari sisi pelaku usaha maupun konsumen. Banyak pengusaha yang masih mengabaikan arti penting perlindungan merek, sedangkan konsumen seringkali tidak memikirkan keaslian produk saat berbelanja. Keadaan ini menyebabkan pelanggaran merek tetap tinggi dan sulit untuk diatasi meskipun telah ada peraturan hukum yang mengaturnya. Selain itu, kerja sama antara lembaga berwenang dalam penegakan hukum juga perlu diperbaiki. Penanganan pelanggaran merek di *e-commerce* melibatkan sejumlah pihak, termasuk pemerintah, lembaga penegak hukum, serta penyedia platform digital (Margono : 2019; Nasution : 2019). Tanpa koordinasi yang baik, penegakan hukum menjadi kurang efisien dan cenderung berjalan secara terpisah (Hadjon : 1987; Susanti : 2018).

Walaupun begitu, ada berbagai upaya yang telah dilaksanakan untuk memperbaiki efektivitas penegakan hukum, seperti memperkuat kolaborasi antara pemerintah dan platform *e-commerce*, serta peningkatan regulasi dalam sektor transaksi elektronik. Di samping itu, penggunaan teknologi dalam monitoring dan penegakan pelanggaran juga mulai dirintis untuk menyesuaikan dengan perkembangan perdagangan digital (Alexander & Franciscus : 2020; Widodo : 2021).

Sebagai langkah lanjutan, penguatan peraturan yang lebih spesifik dan responsif terhadap kemajuan teknologi digital sangat dibutuhkan. Aturan perlu disesuaikan untuk

bisa menangani berbagai jenis pelanggaran merek pada platform *e-commerce*, termasuk ketentuan yang lebih ketat tentang tanggung jawab penyedia platform digital. (Agus : 2010) Dengan regulasi yang lebih lengkap, diharapkan tidak ada lagi ruang hukum yang dapat digunakan oleh pelanggar.

Di samping itu, peningkatan kolaborasi antara pemerintah, penegak hukum, dan penyedia platform *e-commerce* juga merupakan langkah krusial dalam memperkuat penegakan hukum. Kerjasama ini bisa direalisasikan melalui pertukaran informasi, sistem pelaporan yang terintegrasi, serta cara penanganan pelanggaran yang lebih cepat dan efektif. Dengan koordinasi yang optimal, proses identifikasi dan tindakan terhadap pelanggaran merek dapat dilakukan dengan lebih efisien dan terintegrasi (Marzuki : 2016; Gunawan : 2024).

Penggunaan teknologi, seperti penerapan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), juga bisa jadi solusi untuk mendeteksi pelanggaran merek secara otomatis. Teknologi ini memfasilitasi pengawasan yang lebih luas dan cepat terhadap barang yang beredar di platform *e-commerce*. Oleh karena itu, kemungkinan terjadinya pelanggaran dapat dikurangi sejak awal sebelum mengakibatkan kerugian yang lebih signifikan.

Perlindungan hukum untuk hak kekayaan intelektual, termasuk merek, sangat tergantung pada efektivitas penegakan hukum yang berlaku. Di dalam konteks digital, nilai suatu hak kekayaan intelektual dipengaruhi tidak hanya oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh seberapa kokoh perlindungan hukum yang tersedia untuknya. Perlindungan hukum yang baik dapat meningkatkan nilai suatu hak kekayaan intelektual dengan menurunkan risiko pelanggaran, seperti pemakaian tanpa izin atau pemalsuan yang sering terjadi di platform digital. Keadaan ini menunjukkan bahwa semakin kokoh perlindungan hukum yang diberikan, maka semakin tinggilah tingkat kepercayaan dan nilai dari hak tersebut dalam kegiatan ekonomi digital (Ferry : 173). Peningkatan pendidikan dan kesadaran hukum bagi masyarakat juga merupakan elemen penting dalam mendukung efektivitas perlindungan merek. Pemerintah dan institusi terkait harus melaksanakan sosialisasi tentang pentingnya menghargai hak atas kekayaan intelektual, baik kepada pelaku usaha maupun konsumen. Dengan bertambahnya kesadaran hukum, diharapkan masyarakat bisa berperan serta dalam mencegah dan melaporkan pelanggaran merek.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa efektivitas penegakan hukum dalam melindungi hak merek di tengah pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia masih belum optimal. Meskipun telah terdapat landasan hukum yang jelas, baik dalam konstitusi maupun peraturan perundang-undangan di bidang hak kekayaan intelektual, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai kendala, seperti maraknya pelanggaran merek, lemahnya pengawasan, keterbatasan penegakan hukum, serta rendahnya kesadaran hukum masyarakat.

Oleh karena itu diperlukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas perlindungan hukum merek di Indonesia, antara lain melalui penguatan regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, peningkatan koordinasi antara pemerintah, aparat penegak hukum, dan platform *e-commerce*, serta pemanfaatan teknologi dalam pengawasan dan penindakan pelanggaran. Di samping itu, peningkatan kesadaran hukum

masyarakat melalui edukasi juga menjadi hal yang penting guna menciptakan ekosistem perdagangan digital yang sehat. Dengan adanya upaya yang terintegrasi dan berkelanjutan, diharapkan perlindungan hukum terhadap hak merek dapat berjalan lebih efektif dan mampu memberikan kepastian hukum bagi seluruh pihak.

Daftar Pustaka

- Agus, S. (2010). Hak Kekayaan Intelektual dan Pengetahuan Tradisional. Bandung: Alumni.
- Alexander, K. and Franciscus, X. (2020). Perlindungan Merek Dagang pada Platform E-Commerce di Indonesia Ditinjau dari Perspektif HAM', *Yogyakarta: JIPRO Journal of Intellectual Property*, 7(2), pp. 1–15.
- Bambang, S. and Sujayadi (2020). Hukum Bisnis dan Perlindungan Konsumen di Era Digital. Yogyakarta: Deepublish.
- Damian, E. (2017). Hukum Hak Kekayaan Intelektual. Bandung: Alumni.
- Dinwoodie, G. B. and Janis, M. D. (2010). Confusion over Use: Contextualism in Trademark Law', *Iowa Law Review*, 92, pp. 1597–1660.
- Eddy, D. (2017). Hukum Hak Kekayaan Intelektual. Bandung: Alumni.
- Ferry, G. C. (2024). Tantangan Profesi Hukum dalam Melindungi Hak Cipta sebagai Jaminan Kredit Perbankan di Era Digital', *Jurnal RechtsVinding*, 13(2), pp. 160–180.
- Gervais, D. (2017). Online Intermediary Liability for IP Infringement', *Journal of Intellectual Property Law*, 24(2), pp. 1–30.
- Goldman, E. (2018). Brand Spillovers', *Harvard Law Review*, 131, pp. 1469–1500.
- Gunawan, F. C. (2024). Tantangan Profesi Hukum dalam Melindungi Hak Cipta sebagai Jaminan Kredit Perbankan di Era Digital. *Jurnal RechtsVinding*, 13(2), pp. 160–180.
- Hadjon, P. M. (1987). Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia. Surabaya: Bina Ilmu.
- Laudon, K. C. and Traver, C. G. (2020). E-Commerce 2020: Business, Technology, Society. 16th Edition. London: Pearson, pp. 45-50.
- Lessig, L. (2006). Code and Other Laws of Cyberspace. New York: Basic Books.
- Margono, S. (2019). Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Digital. Jakarta: Kencana.
- Marzuki, P. M. (2016). Penelitian Hukum. Jakarta: Kencana.
- Nasution, A. (2019). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Diadit Media.
- Prawirayuda, G. A. et al. (2020). Legal Protection of Brand Rights Holders for Brands Counterfeiting in E-Commerce in Indonesia. Denpasar: *Jurnal Hukum Prasada*, 7(2), pp. 96–101.
- Prawirayuda, G. A., et al. (2020). Legal Protection of Brand Rights Holders for Brands Counterfeiting in E-Commerce in Indonesia. Denpasar: *Jurnal Hukum Prasada*, 7(2), pp. 96–101.
- Rahardjo, S. (2000). Ilmu Hukum. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Silalahi, W. (2023). Tantangan dan Perlindungan Hukum Merek dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia', *Indonesian Journal of Law and Justice*, 1(1), pp. 1–10.
- Sjahdeini, S. R. (2009). Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang bagi Para Pihak dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

- Susanti, D. O. (2018). *Penelitian Hukum (Legal Research)*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sutedi, A. (2014). *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika, pp. 120-125
- Widodo, A. (2021). Penegakan Hukum terhadap Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual di Era Digital. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 51(3), pp. 450–470.
- World Intellectual Property Organization (2021). *World Intellectual Property Indicators*. Geneva: WIPO.