

Perlindungan Hukum Merek Ms Glow Dengan Ps Glow - Urgensi Perlindungan Hukum Merek Dagang

Niken Eka Angelina, Wayu Febiyansastin, Gideon Faith S

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Abstract. Brand is an important element of a company's identity and success. As business competition becomes increasingly fierce, legal protection of brands becomes very important to maintain business continuity. This article examines the urgency of brand protection through a case study of the MS Glow and PS Glow brands. The main focus is on legal protection of brands to prevent actions that infringe intellectual property rights, avoid financial losses and maintain brand integrity. By analyzing this case, this article highlights the importance of effective laws in protecting the interests of brand owners, encouraging innovation, and ensuring fairness in a dynamic business environment.

Keywords: Brand, MS Glow, PS Glow

Abstrak. Merek merupakan elemen penting dari identitas dan kesuksesan suatu perusahaan. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, perlindungan hukum terhadap merek menjadi sangat penting untuk menjaga keberlangsungan bisnis. Artikel ini mengkaji urgensi perlindungan merek melalui studi kasus merek MS Glow dan PS Glow. Fokus utamanya adalah pada perlindungan hukum terhadap merek untuk mencegah tindakan yang melanggar hak kekayaan intelektual, menghindari kerugian finansial dan menjaga integritas merek. Dengan menganalisis kasus ini, artikel ini menyoroti pentingnya undang-undang yang efektif dalam melindungi kepentingan pemilik merek, mendorong inovasi, dan memastikan keadilan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Kata Kunci: Merek, MS Glow, PS Glow

PENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak yang timbul dari karya, ide, dan kecerdasan manusia yang memiliki nilai, manfaat, dan nilai ekonomi. Karya, ide, dan kecerdasan manusia tersebut dapat berwujud dalam ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan sastra. Penemu atau pencipta berhak atas imbalan atas kreasi atau inovasi yang dihasilkan melalui pemanfaatan kecerdasannya. Hak merek, bagian dari Hak Kekayaan Intelektual, memberikan keistimewaan kepada pemegang hak untuk mendaftarkan hak tersebut dengan tanggal penerimaan yang dianggap sama dengan tanggal penerimaan pertama di negara asal. Meskipun diakui secara hukum, hak merek ini sebenarnya hanya merupakan pengakuan formal dan merupakan bagian dari perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di luar batas negara asal pemohon, terutama dalam

konteks perdagangan internasional.

Hak Kekayaan Intelektual merupakan terjemahan dari Intellectual Property Rights (IPR), sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 1994 tentang pengesahan WTO (Agreement Establishing The World Trade Organization, yang artinya hak atas kekayaan dari kemampuan intelektual manusia, yang mempunyai hubungan dengan hak seseorang secara pribadi (human rights). World Intellectual Property Organization (WIPO) menyatakan hal ini sebagai kreasi pemikiran manusia yang meliputi invensinya, karya sastra dan seni, simbol, nama, citra dan desain yang digunakan dalam perdagangan.

Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah mendefinisikan Hak Kekayaan Intelektual sebagai hak yang berasal dari kegiatan kreatif manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya, yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, juga bernilai ekonomi. Sehingga, perlindungan Hak Kekayaan Intelektual secara hukum mutlak diperlukan. 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. Lingkup dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sangat luas, di mana tidak hanya terbatas pada satu bentuk, tetapi terdiri dari berbagai bentuk, di mana bentuk-bentuk ini umumnya mencakup hak cipta dan hak terkait serta hak kekayaan industri yang mencakup bentuk lain, seperti salah satunya adalah merek.

Menurut Erma Wahyuni, dkk (2004 : 133) merek 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 dan jasa.

Merek sebagai kekayaan intelektual dilindungi oleh negara melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Persamaan pada prinsipnya adalah kesamaan yang muncul karena adanya unsur yang dominan antara dua merek, menciptakan kesan keseragaman dalam aspek bentuk, penempatan, penulisan, kombinasi unsur, atau bahkan dalam bunyi ucapan yang terdapat dalam merek tersebut. Sebuah merek dianggap memiliki persamaan pada dasarnya atau secara keseluruhan dengan merek lain jika merek tersebut telah didaftarkan sebelumnya oleh pihak lain untuk barang dan/atau layanan serupa, jika merek tersebut merupakan merek terkenal yang dimiliki oleh pihak lain untuk barang dan/atau layanan serupa, jika merek tersebut merupakan merek terkenal yang dimiliki

oleh pihak lain untuk barang dan/atau layanan tidak serupa namun memenuhi persyaratan tertentu, atau jika merek tersebut merupakan indikasi Geografis yang sudah terdaftar. Dalam UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis di Indonesia, sistem pendaftaran Merek Dagang atau Merek Jasa mengadopsi prinsip first to file. Ini berarti bahwa orang atau badan hukum yang pertama kali mendaftarkan merek untuk kelas dan jenis barang/jasa tertentu dianggap sebagai pemilik hak atas merek tersebut untuk kelas dan jenis tersebut. Sebagai hasilnya, merek yang didaftarkan akan dilindungi secara hukum setelah permohonan pendaftaran disetujui, memberikan pemilik hak eksklusif atas merek tersebut. Prinsip ini bertujuan untuk mencegah konflik merek dengan merek lain yang mirip, baik secara keseluruhan maupun pada substansi. Namun, meskipun demikian, banyak merek yang tetap dapat didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual di bawah Kementerian Hukum dan HAM, meskipun memiliki kesamaan substansial atau keseluruhan dengan merek yang sudah terdaftar. Salah satu contoh sengketa merek yang memiliki kesamaan substansial dengan merek terdaftar lainnya adalah sengketa antara Ms Glow dan PS Glow. Berdasarkan Pasal 83 ayat (1) dalam UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pemilik merek yang sudah terdaftar berhak untuk mengeklaim terhadap pihak lain yang menggunakan merek serupa tanpa izin untuk produk atau layanan serupa. Klaim tersebut dapat berupa tuntutan ganti rugi atau permintaan untuk menghentikan penggunaan merek tersebut. Namun, penggugat juga harus dapat membuktikan bahwa penggunaan merek oleh pihak tergugat dapat menyesatkan konsumen atau memiliki kesamaan substansial dengan merek penggugat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian hukum normatif. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif melibatkan analisis data sekunder dan referensi pustaka yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan non hukum dengan standar keilmuan yang semakin berkembang. Istilah "penelitian hukum normatif" saat ini sering disebut sebagai "penelitian hukum" atau dalam bahasa Belanda dikenal sebagai "rechsonderzoek" karena mencerminkan sifat normatif penelitian tersebut (Marzuki, 2014; 55-56). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan undang-undang dan pendekatan kasus dengan menggunakan bahan hukum primer dan sekunder sebagai referensi.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum terhadap merek dalam sengketa merek dagang Ms Glow dan PS Glow?

PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum terhadap Merek

Sebelum membahas inti dari permasalahan dalam penelitian jurnal ini, maka akan dijabarkan pengertian dari merek, fungsi merek, pengaturan tentang merek, serta perlindungan hukum mengenai merek

Menurut Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Merek, merek meliputi berbagai simbol seperti gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut yang berperan sebagai identitas dan digunakan dalam transaksi jual beli barang atau jasa. Dalam konteks perkembangan industri dan perdagangan saat ini, peran merek dalam mengidentifikasi produk dan jasa semakin meningkat. Merek berperan sebagai identitas yang memisahkan kepemilikan seseorang dari orang lain, memberikan ciri khas atau identitas spesifik pada produk dengan kemampuan membedakan satu produk dari yang lain. Merek yang mampu membedakan tidak diakui sebagai merek jika tidak dipakai dalam transaksi jual belibarang atau jasa.

Secara umum, merek berfungsi sebagai simbol pada produk yang menjadi identitas utama produk tersebut. Merek memiliki peran untuk memberikan identitas pada produk, membedakan produk dari produsen atau perusahaan lainnya. Selain itu, merek juga memiliki tujuan-tujuan lain dari perspektif produsen, pedagang, dan konsumen. Bagi produsen, merek digunakan sebagai jaminan atas kualitas produk, kemudahan penggunaan, atau aspek teknologi lainnya. Bagi pedagang, merek digunakan untuk mempromosikan produk mereka dan memperluas pasar. Sedangkan bagi konsumen, merek berperan sebagai panduan dalam memilih produk yang akan dibeli.

Merek juga berfungsi untuk merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat, sehingga menguntungkan semua orang yang terlibat. CAFI (*Commercial Advisory*

Foundation In Indonesia) menyadari bahwa permasalahan paten dan merek di Indonesia memegang peranan penting bagi para ekonom Indonesia, khususnya mengenai pengembangan perusahaan industri dari perspektif penanaman modal.

Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 mengatur jenis-jenis merek yaitu menurut Pasal 1, 2 dan 3 UU Merek 2001 yaitu; Merek Dagang dan Merek Jasa. Pasal 1 No. 15 Undang-Undang Merek Dagang tahun 2001 menyatakan bahwa merek dagang berarti merek dagang yang digunakan untuk barang yang dijual oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum di suatu toko untuk membedakannya dengan produk serupa lainnya.

Pengaturan terhadap kedua jenis merek ini biasanya diatur bersama-sama dalam satu undang-undang, karena tidak ada perbedaan perlindungan terhadap kedua jenis merek tersebut, maka pendaftaran merek jasa dapat ditolak dengan alasan bahwa merek tersebut cukup mirip dengan merek dagang, sebagaimana halnya merek dagang dengan merek jasa.

Menurut Pasal 3 Undang-Undang Merek, hak atas merek adalah hak eksklusif yang dimiliki oleh pemilik merek terdaftar yang diberikan oleh negara. Hal ini berarti bahwa hak atas merek diperoleh setelah melakukan pendaftaran merek di Kantor Direktorat Jenderal HaKI. Proses pendaftaran merupakan syarat penting untuk diakui sebagai pemilik sah dari merek tersebut. Tanpa pendaftaran, hak atas merek dan perlindungan yang diberikan terhadap merek tersebut tidak akan ada.

Perlindungan bagi pemegang merek tidak hanya bergantung pada pendaftaran, tetapi juga melalui upaya hukum seperti gugatan ganti rugi dan pembatalan pendaftaran merek, serta tindakan pidana yang dilakukan oleh aparat penegak hukum. Penyelesaian sengketa hukum dapat dilakukan melalui pengadilan (litigasi) dengan gugatan ganti rugi dan larangan penggunaan merek tanpa izin, atau di luar pengadilan (non-litigasi) melalui arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa (ADR) seperti negosiasi, mediasi, dan konsiliasi.

Pasal 72 ayat (1) Undang-Undang Merek menjelaskan bahwa pemilik merek terdaftar memiliki hak untuk mengajukan gugatan terhadap pihak yang menggunakan merek tanpa izin dan mirip dengan mereknya. Gugatan ini diajukan melalui Pengadilan Niaga sesuai dengan Pasal 72 ayat (2) Undang-Undang Merek 2001.

Untuk memenuhi syarat gugatan ganti rugi, harus terpenuhi 3 unsur, yaitu:

**PERLINDUNGAN HUKUM MEREK MS GLOW DENGAN PS GLOW - URGENSI PERLINDUNGAN
HUKUM MEREK DAGANG**

- a. merek yang digunakan oleh tergugat mirip dengan merek orang lain yang sudah terdaftar
- b. penggunaan tanpa izin
- c. adanya kerugian yang dapat diukur baik secara materiil maupun imateriil.

Gugatan ganti rugi dapat berupa ganti rugi materiil dan immateriil, yang masing-masing mengacu pada kerugian yang nyata dan kerugian moril akibat penggunaan merek tanpa izin. Ketentuan hukum dalam KUH Perdata juga berlaku dalam tuntutan ganti rugi ini, di mana Undang-Undang Merek 2001 berperan sebagai hukum khusus.

Menurut Pasal 90 Undang-Undang Merek, tindakan pidana terhadap sengketa merek menyatakan bahwa siapa pun yang dengan sengaja dan tanpa izin menggunakan merek yang identik secara keseluruhan dengan merek terdaftar milik orang lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dapat dihukum dengan pidana penjara maksimal lima tahun dan denda hingga Rp 1.000.000.000,- (satu miliar). "Tanpa izin" dalam Pasal 90 merujuk pada penggunaan merek yang tidak terdaftar dan identik secara keseluruhan dengan merek terdaftar milik orang lain untuk barang dan/atau jasa sejenis. "Barang atau jasa sejenis" dalam Pasal 90 merujuk pada kelompok barang dan/atau jasa yang memiliki kesamaan dalam sifat, cara pembuatan, dan tujuan penggunaannya. Seorang pemilik merek atau penerima lisensi atas sebuah merek memiliki hak untuk menuntut individu yang tanpa izin menggunakan merek yang serupa secara pokok dengan merek orang lain yang berhak dalam bidang perdagangan dan jasa yang sama. Dalam kasus pelanggaran merek, terdapat beberapa metode penyelesaian selain tuntutan perdata dan pidana yang dapat digunakan ketika negosiasi gagal mencapai kesepakatan. Untuk menciptakan proses penyelesaian sengketa yang efektif, kedua belah pihak harus memperhatikan hak untuk didengar dan hak untuk didengarkan.

Pemilik atau penerima lisensi (*licensee*) suatu merek dapat menuntut seseorang yang tanpa izin telah menggunakan suatu merek dagang yang cukup mirip dengan merek dagang orang lain yang sah dalam bidang usaha dan jasa yang sama. Karena tingginya angka pelanggaran dalam kasus merek dagang, terdapat beberapa opsi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada antarlain; penuntutan perdata dan pidana apabila terjadi kegagalan suatu perjanjian yang menyebabkan tidak adanya penyelesaian. Menciptakan proses penyelesaian sengketa yang efektif memerlukan perhatian bersama terhadap kondisi yang

harus dipenuhi atau dinilai oleh kedua belah pihak untuk hak untuk didengar pendapat. Proses penyelesaian sengketa dipengaruhi oleh 3 (tiga) faktor utama, yaitu:

- a. Kepentingan (interest)
- b. Hak-hak (rights)
- c. Status kekuasaan (power)

2. Gambaran Mengenai Sengketa Merek MS Glow melawan PS Glow

MS Glow adalah sebuah brand kecantikan yang merupakan salah satu lini di bawah naungan PT. Kosmetika Cantik Indonesia. Berdiri pada tahun 2013, MS Glow merupakan singkatan dari moto perusahaan yaitu Magic For Skin. Berawal dari penjualan produk skincare dan body care secara online, MS Glow telah memperoleh kepercayaan dari jutaan customer sehingga terus melakukan pengembangan produk.

Dalam perjalanannya, MS Glow sudah memiliki banyak macam produk skincare dengan inovasi yang selalu diperbaharui. MS Glow juga memformulasikan White Cell DNA dengan teknologi nano-enkapsulasi, sebagai salah satu bahan skincare yang telah dipatenkan oleh MS Glow. Dari WhiteCellDNA, MS Glow telah merilis produk serum, night cream, hingga body essence, dan akan terus berinovasi.

Sementara itu, PS Glow PS Glow merupakan merek dagang milik pengusaha sekaligus pegiat media sosial Putra Siregar. Dibanding pengusaha kosmetik, nama Putra Siregar sebenarnya lebih banyak dikenal sebagai pengusaha penjualan handphone melalui PS Store.

Dikutip dari Instagram resminya yang bercentang biru, PS Glow mengklaim bahwa seluruh produknya telah mengantongi sertifikat Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) serta memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) yang terdaftar. Produk-produk PS Glow dijual melalui PStore Glow. Mulai dari produk kecantikan, kosmetik, dan perawatan diri. Tak hanya produk kecantikan untuk perempuan, PS Glow juga menjual produk untuk laki-laki melalui PStore Glow Men.

Sengketa merek antara MS Glow dan PS Glow berawal dari keingintahuan Putra Siregar terhadap bisnis Shandy Purnamasari yaitu MS Glow. Tak ayal, Shandy Purnamasari memperkenalkan Putra Siregar pada proses pembuatan dan distribusi produk kecantikannya.

PERLINDUNGAN HUKUM MEREK MS GLOW DENGAN PS GLOW - URGENSI PERLINDUNGAN HUKUM MEREK DAGANG

Namun beberapa bulan kemudian, Putra Siregar dan istrinya mendirikan brand dengan nama PS Glow. PS adalah kependekan dari namanya sendiri yaitu Putera Siregar. PS Glow juga memproduksi berbagai produk kecantikan seperti MS Glow. Selain itu, hal ini menimbulkan tuduhan plagiarisme PS Glow terhadap MS Glow. Selain merk dan produk yang diproduksi hampir sama, kemasan atau kemasan produk kedua merk tersebut juga mirip MS Glow didirikan pada tahun 2013 dan mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual pada tahun 2016. Sekaligus PS Glow didirikan pada tahun 2021 dan terdaftar di Badan Hak Kekayaan Intelektual pada tahun yang sama.

Pada Agustus 2021, pemilik brand kecantikan MS Glow Shandy Puramasari akhirnya melaporkan pemilik brand kecantikan PS Glow Putra Siregar ke Bareskrim Polri atas dugaan penipuan dan plagiarisme merk dagang terdaftar. Toko dengan nomor laporannya. Kemudian P/B/484/VII/2021/SPKT/Bareskrim Polri. Terjadi proses mediasi antara Shandy Purnamasari dan Putra Siregar, namun tidak tercapai kesepakatan dalam upaya perdamaian mereka. Selang beberapa waktu, polisi mengeluarkan Surat Perintah Penghentian Penyidikan (SP3) atas sengketa merk antara MS Glow dan PS Glow karena tidak adanya bukti yang kuat, seperti yang disampaikan oleh Departemen Umum Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Pada tahun 2008. Pada tanggal 20 Desember 2021, aplikasi menerima merk dagang PS Glow

Pada 15 Maret 2022, Shandy Purnamasari kembali menggugat Putra Siregar di Pengadilan Niaga Medan dengan nomor perkara 2/Pdt.Sus-HKIMerek/2022/PN Medan dan putusan dibacakan kemudian pada 13 Juni 2022 oleh hakim Pengadilan Niaga Medan. Dalam putusan Nomor: 2/Pdt.Sus-HKI/Merek/2022/PN Niaga Mdn, hakim memutuskan pemohon MS Glow adalah pemilik tunggal, pemegang tanda pendaftaran. Dalam hal ini, pemegangnya. Hakim mempertimbangkan prinsip orang pertama yang mengajukan. Jika berdasarkan rencana perlindungan merk di Indonesia, pada dasarnya Indonesia adalah negara yang mematuhi sistem konstitusi atau merupakan sistem pendaftaran pertama yang mengajukan (*first to file*). Oleh karena itu, merk yang perlu dilindungi undang-undang adalah merk terdaftar. Sehubungan dengan hal tersebut MS Glow dapat membuktikan bahwa merk MS Glow merupakan merk pertama yang didaftarkan sehubungan dengan merk PS Glow.

Keputusan tersebut menyatakan bahwa pendaftaran merk dagang dengan nama Putra Siregar sebagai PS Glow dan PS Glow Men didasarkan pada itikad buruk dan tidak baik karena

mengeksploitasi, meniru dan menjiplak popularitas MS Glow dan MS Glow For Men terdaftar dengan nama Shandy Purnamasari dan meminta kepada pemerintah Indonesia untuk menghapus merek dagang yang didaftarkan atas nama Putra Siregar, khususnya PS Glow dan PS Glow Men dan mempublikasikannya di berita resmi sesuai dengan hukum yang berlaku.

Pihak dari PS Glow tidak menerima perkara tersebut dan kemudian mengajukan gugatan balik ke Pengadilan Niaga Surabaya yang didaftarkan di Kantor Pendaftaran Pengadilan Niaga pada tanggal 5 April 2022 dengan putusan No. 2/Pdt.Sus.HKV/Merek/2022/PN.Niaga Sby. Gugatan yang diajukan PS Glow menegaskan bahwa penggunaan merek PS Glow telah sesuai dengan hukum yang berlaku. Dalam putusan Nomor: 2/Pdt.Sus-HKI/Merek/2022/PN Niaga Sby. Hakim menilai pemohon, khususnya PS Glow, mempunyai hak eksklusif untuk menggunakan merek "PS Glow" dan merek dagang "PS Glow" telah didaftarkan pada Direktur Jenderal Departemen Kekayaan Intelektual Republik Indonesia untuk mutu barang atau jasa golongan 3 khususnya kosmetika. Terhadap putusan tersebut, hakim berpendapat bahwa penggunaan MS Glow selain merek sebenarnya yang tertera pada sertifikat merek IDM000633038, khususnya "MS Glow /FOR BEAUTIFUL SKINCARE", tidak dapat dibenarkan. Oleh karena itu, dalam kasus ini MS GLOW tidak dapat memperoleh perlindungan hukum yang diinginkan. Nomor registrasi merek MS Glow IDM000731 102 atas nama CV. KOSMETIK KECANTIKAN, untuk kategori 32 khususnya untuk produk termasuk minuman berbahan dasar teh bubuk. Tidak cocok jika digunakan juga sebagai merek kosmetik.

Oleh karena itu Hakim memutuskan bahwa para tergugat telah menggunakan merek "MS Glow" secara tidak sah yang pada pokoknya sama dengan merek "PS Glow" dan merek "PS Glow" yang digunakan oleh Permohonan Pemohon untuk penggunaan suatu bagian secara tidak sah. produk atau jasa tipe 3 (kosmetik) yang telah didaftarkan pada Direktur Departemen Kekayaan Intelektual.

KESIMPULAN

Dalam kasus MS Glow, sebagai pihak yang terkena dampak PS Glow, mereka dapat mengajukan tuntutan hukum ke Pengadilan Niaga terhadap pihak lain yang pada dasarnya

**PERLINDUNGAN HUKUM MEREK MS GLOW DENGAN PS GLOW - URGENSI PERLINDUNGAN
HUKUM MEREK DAGANG**

secara ilegal menggunakan salinan merek dagang yang serupa atau untuk produk yang identik. atau jasa berupa ganti rugi atas kehilangan dan/atau penghentian segala tindakan yang berkaitan dengan penggunaan merek dagang

DAFTAR PUSTAKA

- 161K/Pdt.Sus-HKI/2023). *Bajang Jurnal*, 2-16.
- Fadlilatif, D. W. (2024). Perspektif Semiotika Problematika Tanda Pada Persengketa Merek Dagang Terdaftar Studi Kasus Merek Dagang Ps Glow Dengan Merek Ms Glow. *Jurnal Seni dan Rekarancang* , 1-28.
- Ghani, D. S. (2022/2023). *Analisis Putusan Hakim Perkara No. 2/Pdt.Sus-HKI/2022/PNIAGASBY*
Hki/2023). *Jurnal Hukum Caraka Justitia*, 2-19.
- Indra Erlangga Hidayatullah, M. R. (2023). Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Dengan Pelanggaran Kesamaan Nama Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. 1-12.
- Nadhilah Cahya Nurmala Sari, Yudho Taruno Muryanto. (2024). Analisis Penerapan Prinsip First To File Terhadap Perlindungan Hukum Preventif (studi atas sengketa merek antara Ms Glow dan Ps Glow). *Jurnal Ilmu Pendidikan Politik dan Sosial Indonesia Vol.1 No.2 April*, 1-13.
- Rekarancang* , 1-28.
- Tentang Sengketa Merek Dagang Antara Ms Glow dan Ps Glow*. Jambi: Universitas Batang Hari Jambi.
- Wibowo, S. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Dagang Terdaftar Dengan Penerapan Prinsip First To File Terhadap Pihak Lain (Studi Kasus Putusan MA No. 161K/Pdt.Sus-
- Yuliana Saputri, P. M. (2023). Kajian Yuridis Kemiripan Pemakaian Merek Dagang Produk Kecantikan Dalam Perspektif Hak Atas Kekayaan Intelektual (Studi Putusan Mahkamah Agung NO.