

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG HAK DESAIN INDUSTRI SEPATU
TERHADAP IMITASI (Studi Perbandingan dengan Amerika Serikat)**

Muhammad Faizal Akbar Laksana

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Jl. Rs. Fatmawati, DKI Jakarta
faisalakbarical@gmail.com

Abstrak

The development of the shoe industry in Indonesia today raises new problems where the similarity of shoe designs between several brands is a new problem that arises. The shoe industry design rights holders which should be highly protected have not fully received strong legal protection and there are no regulations that discuss in detail about design imitation. This writing uses a comparative method, namely the author compares with the United States that has protected industrial design rights holders since 1989 and has proven successful in protecting industrial design rights holders, therefore this comparison is important so that regulations on industrial design rights in Indonesia can benefit rights holders.

Perkembangan industri sepatu di Indonesia saat ini memunculkan permasalahan baru dimana kemiripan desain sepatu antar beberapa merek merupakan permasalahan baru yang muncul. Pemegang hak desain industri sepatu yang seharusnya sangat dilindungi belum sepenuhnya mendapatkan perlindungan hukum yang kuat dan belum ada regulasi yang membahas secara detail tentang imitasi desain. Penulisan ini menggunakan metode komparatif yaitu penulis membandingkan dengan Amerika Serikat yang telah melindungi pemegang Hak Desain Industri sejak tahun 1989 dan terbukti berhasil melindungi pemegang Hak Desain Industri, oleh karena itu perbandingan ini penting agar peraturan tentang Hak Desain Industri di Indonesia dapat pemegang hak manfaat.

Kata Kunci: Industrial Design Rights, Intellectual Property Rights, Imitation of the Design.

A. PENDAHULUAN

Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri mendefinisikan desain Industri Sebagai ciptaan garis atau warna atau bentuk, konfigurasi atau komposisi garis dan warna, dapat berupa tiga dimensi atau dua dimensi, dapat memberikan rasa keindahan, dan dapat diwujudkan dalam tiga dimensi atau dua dimensi. bentuk, pola ukuran dapat digunakan untuk produksi Komoditas, barang industri atau kerajinan tangan. Hasil dari ide yang dituangkan manusia menjadi sebuah karya merupakan kekayaan intelektual yang seharusnya dilindungi oleh hukum selama berguna untuk masyarakat luas dan tidak melanggar norma dan aturan yang berlaku.

Menurut World Intellectual Property Organization, Desain Industri merupakan cabang hak kekayaan intelektual khususnya termasuk dalam hak milik industri (*industrial property*) yang seharusnya sangat dilindungi karena memiliki nilai yang hanya mengandalkan bentuk desain produk tersebut. Saat konsumen ingin membeli produk, konsumen tidak serta merta hanya melihat fungsi atau kualitas produk tersebut, namun terkadang konsumen juga melihat desain

maupun estetika dari suatu produk (Schickl, 2013). Lebih lanjut, Desain industri dapat membedakan produk yang mereka miliki dengan produk pesaingnya (Monseau, 2011a). Desain Industri juga menjadi penting untuk meningkatkan kesuksesan suatu perusahaan, tidak hanya memberikan daya tarik tetapi juga memberikan dampak terhadap daya saing dan keberhasilan suatu produk.

Terhadap kewajiban untuk melindungi Hak Kekayaan Intelektual, sebenarnya Indonesia sudah memiliki kesadaran akan hal tersebut. Terbukti dengan Indonesia telah menjadi anggota dari WIPO (World Intellectual Property Organization) dan telah menandatangani TRIPS Agreement yang mengatur tentang perlindungan hak kekayaan intelektual, salah satunya adalah desain industri. Contohnya, dalam Pasal 25 ayat 1 TRIPS Agreement menyatakan bahwa setiap anggota WIPO harus melindungi desain industry (Gashi, Sandberg, & Pedersen, 2021):

“Members shall provide for the protection of independently created industrial designs that are new or original. Members may provide that designs are not new or original if they do not significantly differ from known designs or combinations of known design features. Members may provide that such protection shall not extend to designs dictated essentially by technical or functional considerations”.

Amanat dalam pasal tersebut sebenarnya memang telah dianut dalam UU No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri (Abimayu & Srinindiati, 2020). Namun penting untuk dicatat bahwa, TRIPS agreement juga memberikan perlindungan lebih lanjut terhadap pemilik hak desain industri untuk mencegah pihak ke-3 dalam membuat salinan dari desain yang sudah ada, sesuai dengan pasal 26 ayat 1 yang berbunyi :

“The owner of a protected industrial design shall have the right to prevent third parties not having the owner’s consent from making, selling or importing articles bearing or embodying a design which is a copy, or substantially a copy, of the protected design, when such acts are undertaken for commercial purposes”.

Namun sayang bahwa di Indonesia belum secara gamblang mengatur terkait imitasi yang dilakukan oleh pihak ketiga terkait desain industri. Pada Pasal 4 UU No. 31 tahun 2000 tentang Desain Industri hanya menyatakan bahwa “hak desain industry diberikan jika tidak melanggar peraturan perundang-undangan, ketertiban umum, agama, dan kesusilaan.” Diluar dari keempat syarat tersebut maka dianggap tidak melanggar keabsahaan desain industry (Sri Mujiarti Ulfah, 2021).

Lemahnya aturan terhadap imitasi di Indonesia, menyebabkan banyak produk-produk yang memiliki kemiripan desain industri sangat tinggi beredar di masyarakat, penulis mengambil contoh dari brand yang viral yaitu sepatu Compass dan Campess. Compass lebih dahulu hadir dengan desain sepatu kets yang iconic dan mempunyai ciri khas pada logo bumerang di sisi kiri dan kanan sepatu. Lalu lahirlah Campess yang mempunyai kemiripan desain siluet sepatu serta logo yang sangat mirip dengan Compass.

Walaupun fakta di lapangan terdapat imitasi terhadap desain industri, namun tidak ada satupun laporan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual terkait imitasi desain industri pada tahun 2019 (Rifan & Rahmawati, 2020).

Hal ini mungkin dapat disebabkan karena terdapat 4 macam masalah terkait desain industri di Indonesia yaitu minim aturan terkait perlindungan produk dari imitasi yang terdapat dalam pengaturan sistem desain industri, kurangnya kesadaran masyarakat terhadap desain industri, kerumitan dalam beracara sehingga masyarakat enggan untuk melaporkan ke Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual, dan karena putusan pengadilan juga tidak pro terhadap pemegang hak desain industri.

Penulis mengambil contoh putusan Mahkamah Agung No. 189 K/Pdt.Sus-HaKI/2013 dimana produk sepatu 'Onitsuka Tiger' merupakan desain industri milik Asics Tiger yang ternyata sudah didaftarkan dan dinotariskan oleh pihak lain yaitu Theng Tjhing Djie dan Liog Hian Fa pada 16 September 1985. Namun walaupun 'Onitsuka Tiger' pemegang desain industri produk sepatu Asics yang sah namun pihak 'Onitsuka Tiger' kalah di tingkat kasasi dikarenakan alasan procedural. Padahal secara substansi 'Onitsuka Tiger' jelas dan terbukti merupakan pemilik hak desain industri produk sepatu Asics yang sah. Hal ini menunjukkan bahwa pengadilan di Indonesia memberikan perlindungan desain industri yang lemah (Monseau, 2011b).

Atas 4 (empat) masalah yang disebutkan di atas, maka Penulis menulis penelitian hukum ini dengan tujuan untuk memperbaiki system hukum di Indonesia terkait desain industri di Indonesia sehingga dapat memberikan perlindungan dan kepastian hukum terhadap pemegang hak desain industri.

Dalam melakukan penelitian, Penulis memilih metode perbandingan dan memilih negara Amerika Serikat sebagai negara pembanding. Alasan penulis memilih AS karena desain industri telah dikenal disana sejak tahun 1989 dan banyak kasus yang melindungi desain industri di AS. Contohnya di AS sudah diatur 5 unsur untuk mendapatkan perlindungan yaitu unsur kebaruan, ketidak samaan, keaslian, elemen hias, dan diproduksi (Adam & Anwar, 2021).

Maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hukum di Indonesia terkait dengan perlindungan hukum bagi pemegang hak desain industri sepatu terhadap tindakan imitasi dan bagaimana cara untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi pemegang hak desain industri sepatu.

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penulisan kali ini adalah bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi pemegang hak desain industri sepatu terhadap tindakan imitasi berdasarkan Undang- Undang 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri. Dan Bagaimana Pemerintah Indonesia dapat meningkatkan perlindungan hukum bagi pemegang hak desain industri sepatu berdasarkan studi perbandingan dengan negara Amerika Serikat.

B. METODE

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu yuridis normatif, Pendekatan yuridis yaitu metode mengkaji masalah berdasarkan peraturan yang berlaku di Indonesia, sedangkan metode normatif adalah metode pengecekan masalah dengan cara memeriksa apakah sesuatu baik (benar atau tidak) sesuai ketentuan yang berlaku. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan perbandingan (*comparative approach*) yaitu penulis membandingkan peraturan suatu negara dengan negara lainnya, melihat isi persamaan dan perbedaan hukum serta analisa untuk mendapatkan jawaban dari suatu permasalahan yang ada. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ilmiah ini berupa data sekunder dan data primer. Data sekunder yaitu hukum primer, sekunder dan tersier yang dijadikan data utama. Didukung oleh data primer sebagai penunjang data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah penelitian kepustakaan, yaitu melalui eksplorasi dan analisis bahan pustaka yang berkaitan dengan hak desain industri. Teknik Analisa yang digunakan penulis adalah teknik analisa data kualitatif yaitu pengolahan data yang telah dikumpulkan dari data primer untuk menjawab rumusan masalah.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Desain Industri Sepatu Terhadap Tindakan Imitasi Berdasarkan Undang-Undang 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri

Bahwa terkait dengan perlindungan hukum, maka mengutip dari pernyataan M. Philipus Hadjon, perlindungan hukum ialah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dan kesewenangan. Definisi ini juga berlaku pada perlindungan hukum pada pemegang desain industri seyogyanya harus dilindungi terkait pengakuan hak atas ciptaannya. Lebih lanjut, dalam memberikan perlindungan hukum terdapat 2 mekanisme, yakni perlindungan hukum yang bersifat preventif dan represif.

1. Sarana Perlindungan Hukum Preventif

Sarana preventif, subyek hukum memiliki kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapat sebelum pemerintah mengambil keputusan untuk mencegah perselisihan. Perlindungan hukum preventif akan berdampak pada tindakan pemerintah yang berbasis kebebasan bergerak, karena Perlindungan hukum preventif mendorong pemerintah lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan. Pada konteks ini perlindungan hukum preventif merupakan perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah untuk mencegah adanya tindakan imitasi atas suatu hak desain industri.

Sejauh ini, perlindungan preventif yang dimiliki Indonesia telah diatur dalam Pasal 2 UU Desain Industri, yaitu:

(1) Hak Desain Industri diberikan untuk Desain Industri baru.

- (2) *Jika pada tanggal penerimaan desain industri berbeda dengan yang terungkap, maka desain industri tersebut tergolong baru.*
- (3) *Pengungkapan terlebih dahulu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) merupakan pengungkapan terlebih dahulu Desain Industri yang sebelum:*
 - a. *tanggal penerimaan; atau*
 - b. *tanggal prioritas;*
 - c. *telah diumumkan atau digunakan di Indonesia atau di luar Indonesia.*

Selanjutnya Pasal 6 juga memberikan perlindungan preventif pada hak pemegang desain industri, yang menyatakan bahwa:

- (1) *Pendesain atau orang yang memperoleh hak-hak tersebut di atas dari Pendesain yang berhak atas hak Desain Industri.*
- (2) *Jika Pendesain terdiri dari beberapa orang, kecuali disepakati lain, Hak Desain Industri menjadi milik kolektif, kecuali jika diperjanjikan lain.*

Terakhir, Pasal 9 melengkapi perlindungan preventif dengan cara memberikan hak eksklusif untuk pemegang hak desain industri yaitu:

- (1) *Pemegang Hak Desain Industri memiliki hak eksklusif untuk menggunakan Hak Desain Industri dan melarang pihak lain untuk membuat, menggunakan, menjual, mengimpor, mengekspor, dan / atau mendistribusikan Desain Industri tersebut tanpa persetujuannya Hak atas barang.*

Dengan adanya aturan diatas selaku sarana perlindungan preventif diharapkan memberikan perlindungan pemegang hak industri dari pihak ketiga yang ingin mengambil keuntungan dengan cara melakukan imitasi. Namun bila tindakan imitasi tetap terjadi maka alternatif yang dapat diambil adalah sarana perlindungan hukum represif.

2. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Sarana Represif dimaksudkan untuk menyelesaikan sengketa melalui lingkup pengadilan umum dan pengadilan administrasi. Prinsip perlindungan hukum dari tindakan pemerintah mengacu pada konsep pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia yang bertujuan untuk membatasi dan memperjelas kewajiban masyarakat dan pemerintah. Ini terkait dengan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia.

Dalam UU desain Industri sarana perlindungan represif jauh lebih lengkap dibanding Sarana preventif nya. Tertera pada pasal 37 yang menjelaskan mengenai pembatalan pendaftaran yang berbunyi:

- (1) *Berdasarkan permintaan tertulis dari pemegang Hak Desain Industri, Administrasi Negara dapat membatalkan pendaftaran Desain Industri tersebut.*
- (2) *Dalam hal penerima Izin Desain Industri yang terdaftar dalam Daftar Umum Desain Industri tidak memberikan persetujuan tertulis, pembatalan hak Desain Industri*

sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak dilanjutkan. Aplikasi untuk pembatalan pendaftaran ini.

Selanjutnya pada pasal 39 juga membahas mengenai sarana perlindungan represif yaitu tata cara gugatan yang berbunyi:

- (1) Ketua Pengadilan Niaga mengajukan gugatan untuk mencabut pendaftaran Desain Industri di domisili atau yurisdiksi tergugat.*
- (2) Jika tergugat bertempat tinggal di luar wilayah Indonesia, maka gugatan diajukan kepada Ketua Pengadilan Niaga Pusat Jakarta.*
- (3) Panitera mendaftarkan untuk membatalkan gugatan pada hari gugatan diajukan dan memberikan tanda terima tertulis kepada penggugat yang ditandatangani oleh anggota staf pada tanggal yang sama dengan tanggal pendaftaran gugatan.”*

Dan didalam pasal 54 juga dibahas mengenai sarana perlindungan secara represif yaitu ketentuan pidana juga diatur dalam pasal 54 yang berbunyi:

- (1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 dipidana dengan pidana penjara paling lama empat (empat) tahun dan / atau denda paling banyak Rp 300.000.000,00.*
- (2) Barangsiapa dengan sengaja melanggar Pasal 8, Pasal 23 atau Pasal 32 dipidana dengan pidana penjara paling singkat satu tahun dan / atau denda paling banyak Rp45.000.000,00.*
- (3) Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) merupakan delik aduan.*

Walaupun sebenarnya Indonesia telah memiliki kedua sarana yang lengkap untuk melakukan perlindungan terhadap pemegang hak desain industri namun sayang Indonesia masih belum mengatur secara rinci tentang produk imitasi dalam desain industri. Pengaturan suatu produk hanya tertera dalam pasal 4 UU Desain Industri yang Menyatakan bahwa jika Desain Industri melanggar peraturan perundang-undangan, ketertiban umum, agama, atau kesusilaan, hak Desain Industri tidak dapat diberikan. Tidak ada pengaturan lebih lanjut mengenai batasan-batasan suatu desain agar tidak menimbulkan imitasi produk.

3. Putusan Mahkamah Agung No.189 K/Pdt.Sus-Haki/2013

Dalam putusan ini sebuah merek sepatu bernama Asics yang merupakan perusahaan sepatu dari Jepang ingin mendaftarkan hak merk ‘Onitsuka Tiger’ di Indonesia, akan tetapi ketika ingin mendaftarkannya ternyata logo dan desain sepatu yang sama telah lebih dahulu didaftarkan di Indonesia oleh Theng Tjhing Djie dan Liog Hian Fa pada tahun 1989.

Pihak Asics Tiger tidak terima akan hal tersebut mengingat Asics adalah perusahaan pemegang hak desain industri beserta merek dan logo nya dan juga telah di daftarkan lebih

dahulu di Jepang pada tahun 1976 dan Asics juga telah ada sejak tahun 1949 dengan menggunakan merek “ONITSUKA” yaitu merupakan nama pendiri perusahaan pada saat itu.

Desain logo pada sepatu Asics sudah menjadi ciri khas serta identitas perusahaan yang bernilai sangat tinggi dan telah di publikasikan sejak tahun 1966 dengan sebutan “Mexico Line” yang saat itu di umumkan bertepatan dengan olimpiade di Mexico pada tahun 1968, Asics juga telah mempromosikan katalognya ke berbagai negara termasuk Indonesia sejak tahun 1966.

Desain sepatu Asics seharusnya memiliki perlindungan terhadap pemiliknya, hak-hak yang pendesain miliki antara lain ; hak atribusi, hak integritas, dan hak eksklusif. Hak atribusi yang dimaksud adalah hak moral yang harus dilindungi berupa hak untuk dicantumkan Namanya. Hak integritas adalah hak untuk diminta ijinnya dimana pihak lain yang ingin memakai suatu desain harus meminta ijin terlebih dahulu sebelum digunakan untuk kebutuhan penjualan. Hak Eksklusif adalah dimana pemegang desain berhak menggunakan sendiri atau memberikan ijin kepada pihak lain atau melarang pihak lain untuk memakai desain dari Asics sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tentang Desain Industri. Sehingga Pihak Asics ingin membatalkan hak cipta yang dipegang oleh pihak tergugat.

Djie dan Fa sebagai pihak tergugat yang merupakan pihak yang pertama kali mendaftarkan desain serta logonya kepada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual tidak menerima gugatan dari pihak Asics. Alasan yang digunakan oleh tergugat adalah gugatan penggugat kabur/ tidak jelas, gugatan penggugat tidak berdasarkan itikad baik, surat kuasa milik penggugat tidak sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Persidangan ini berakhir pada tingkat permohonan kasasi dengan putusan bahwa majelis hakim menolak permohonan kasasi penggugat. Alasan majelis hakim menolak permohonan kasasi dikarenakan penggugat mencampur adukan antara merek dengan hak cipta.

Dari putusan ini penulis dapat mengambil poin penting, majelis hakim tidak melihat substansi dari gugatan melainkan hanya melihat kesalahan procedural yang berujung ketidakadilan bagi pemegang hak desain sepatu.

Indonesia memang menganut sistem *first to file* yaitu siapa yang mendaftarkan suatu kekayaan intelektual lebih dahulu maka dialah yang memegang hak nya. Tetapi jika dilihat dari substansi permasalahannya, maka pihak Asics lah yang seharusnya mendapatkan haknya sebagai pemegang desain. Asics sudah lebih dahulu ada dibandingkan pihak tergugat dan juga desain logo Asics telah didaftarkan lebih lama di Jepang dan dunia Internasional pun mengakui keberadaan Asics. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum atas hak desain industri di Indonesia sangat lemah dan sementara pengadilan adalah tempat untuk mencari keadilan dan dalam memutuskan perkaranya hakim harus memegang 3 unsur yaitu keadilan, kepastian hukum, dan kemanfaatan.(Margono, 2012) Tetapi Asics tidak mendapatkan keadilan.

Indonesia sendiri adalah anggota dari WIPO (*World Intellectual Property Organization*) dan telah ikut menandatangani serta meratifikasi *TRIPS Agreement* yaitu “Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 Tentang Pengesahan Paris Convention For The Protection Of Industrial

Property Dan Convention Establishing The World Intellectual Property Organization” yang dirubah menjadi “Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 1997 Tentang Perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 Tentang Pengesahan Paris Convention For The Protection Of Industrial Property Dan Convention Establishing The World Intellectual Property Organization” yang secara jelas bahwa TRIPS *Agreement* mengamanatkan tentang perlindungan desain industri.

TRIPS *Agreement* bukan untuk mengatur perlindungan hak kekayaan intelektual secara khusus, TRIPS *Agreement* adalah perjanjian yang merupakan bagian dari *World Trade Organization Agreement* yang ditandatangani oleh para anggotanya untuk membuat peraturan mengenai Hak Kekayaan Intelektual di masing-masing negara. Jadi sebenarnya TRIPS *Agreement* bukanlah peraturan secara khusus melainkan amanat kepada negara anggotanya yang harus dipenuhi.\

Amanat TRIPS *Agreement* yang seharusnya Indonesia terapkan yaitu berdasarkan pasal 25 ayat 1 dan pasal 26 ayat 1 TRIPS *Agreement*. Pasal 25 ayat 1 mengamanatkan bahwa Anggota harus memberikan perlindungan desain industri yang baru atau asli dibuat sendiri. Anggota dapat menetapkan bahwa desain tidak baru atau asli jika tidak berbeda secara signifikan dari desain atau kombinasi fitur desain yang diketahui. Anggota dapat menetapkan bahwa perlindungan tersebut tidak boleh mencakup desain yang pada dasarnya ditentukan oleh pertimbangan teknis atau fungsional. Ini jelas bahwa produk imitasi tidak boleh dilindungi yang dimana pemegang hak desain harus mendapatkan haknya sebagai pemilik desain. Pasal 26 ayat 1 mengamanatkan bahwa Pemilik Desain Industri yang Dilindungi berhak untuk mencegah pihak ketiga yang tidak mendapat izin dari pemiliknya untuk membuat, menjual atau mengimpor barang yang memuat atau mewujudkan Desain yang merupakan salinan, atau secara substansial salinan, dari Desain yang dilindungi, jika tindakan tersebut dilakukan untuk tujuan komersial. Dilihat dari pasal tersebut maka pengimitasian suatu barang tidak dapat dibenarkan apalagi jika tujuannya untuk dikomersialkan karena akan merugikan pemegang hak desain industri.

Undang-Undang Tentang Desain Industri harus diperbaharui seiring berkembangnya skena perindustrian sepatu lokal, karena sudah tidak relevan lagi dengan waktu saat ini. Kemajuan di bidang teknologi sudah semakin cepat dan pasti berpengaruh juga terhadap perkembangan terhadap kreatifitas masyarakat umum yang akan berpengaruh terhadap Desain Industri jika tujuannya adalah untuk dikomersialkan dan juga bukan hanya masyarakat Indonesia tetapi masyarakat internasional pun akan merasa terlindungi jika adanya pembaharuan atas Undang-Undang tersebut dan persaingan kreatifitas akan desain industri semakin sehat.

Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Desain Industri Sepatu Berdasarkan Studi Perbandingan dengan Negara Amerika Serikat

Di Indonesia masih banyak permasalahan dibidang Kekayaan Intelektual khususnya Desain Industri, oleh karena banyaknya permasalahan tersebut untuk mengatasinya maka

penelitian ini melakukan perbandingan dengan negara Amerika Serikat yang lebih matang dengan persoalan Hak Desain Industri. Amerika Serikat yang memiliki berbagai perlindungan untuk pemegang *Trade Dress* atau di Indonesia disebut dengan Desain Industri.

Undang-Undang *Trademark* di Amerika Serikat atau juga sering dikenal dengan *Lanham Act* telah diakui sebagai salah-satu Undang-Undang Merek Dagang yang paling berkembang. Amerika Serikat menggunakan sistem *Common Law* yang berarti hukum tersebut berdasarkan *case law* atau adanya kasus hukum, oleh karena itu Trademark mereka berkembang pesat dikarenakan banyaknya kasus-kasus hukum yang baru dan berbeda dengan sebelumnya. *Lanham act* mempunyai *Trade Dress* didalamnya. Pasal 44 (a) *Lanham Act* melindungi “kata, istilah, nama, symbol, perangkat, atau kombinasinya” baik sudah terdaftar ataupun belum dan merupakan sarana paling umum untuk melindungi *Trade Dress*.(Linda & Mark, 2009) Pasal 43 (a) melarang penggunaan kata, istilah, nama, symbol, atau perangkat apapun, atau kombinasinya ,atau sebutan asal yang salah deskripsi atau representasi fakta yang salah atau menyesatkan yang kemungkinan besar dapat menyebabkan kebingungan, penipuan , atau kesalahan produk atau layanan. Menurut kasus *Walmart inc v. Samara brother inc.* perlindungan Trade Dress meliputi produk dan desain produk.

Trade Dress diawali dengan kasus *Charles E. Hires Co. v. Consumers’Co.* Pengadilan menemukan bahwa produsen *Root Beer* mengimitasi botol dan label pembuat *Root Beer* lainnya. Hal ini ditakutkan akan memungkinkan pedagang ritel menjadi kebingungan dan dapat dianggap penipuan. Pengadilan kemudian melarang tindakan pengimitasian tidak hanya label tapi juga bentuk botolnya. Dalam kasus *Crescent Tool Co. v. Kilborn & Bishop Co.*, Pengadilan menyatakan keprihatinannya terhadap pengimitasi sebab tindakan tersebut akan berakibat penipuan public. Maka dari itu *Trade Dress* muncul sebagai bagian dari Undang-Undang tentang Persaingan Tidak Sehat.(Linda & Mark, 2009)

Trade Dress telah diperluas untuk menyertakan desain dan konfigurasi produk termasuk ukuran, bentuk, dan warna produk itu sendiri. Namun *Trade Dress* dalam desain produk tidak dimaksudkan untuk membuat hak paten seperti hak dalam desain produk yang inovatif.

Trade Dress juga mencakup dekorasi, tata letak, dan cara pelayanan di toko ritel. Dalam kasus *Dunkin ‘Donuts Franchised Restaurants LLC v. D&D Donuts, Inc.*, pengadilan mengakui bahwa perlindungan *Trade Dress* melindungi “desain bangunan dan skema warna interior dan eksterior yang berbeda” dari Dunkin ‘Donuts. *Trade Dress* dapat di daftarkan di United States Patent and Trademark Office (PTO) berdasarkan pasal 2 *Lanham Act*, dengan persyaratan bahwa produk tersebut dapat dibedakan dari produk lainnya. Mahkamah Agung Amerika Serikat telah menetapkan bahwa produk dari *Trade Dress* tidak dapat dipisahkan secara khusus dan oleh karena itu membutuhkan persyaratan untuk mempunyai maksud lainnya.

Untuk menentukan suatu tindakan termasuk kedalam lingkup *Trade Dress* atau tidak maka pengadilan Amerika Serikat melakukan penilaian terhadap beberapa poin dibawah ini:

1. *Inherently Distinctive*

Suatu merek dapat secara sangat khas atau dapat memperoleh keunikan dengan dikenal masyarakat umum sebagai suatu indikator (McJohn & Stephen, 2006). Untuk membuat sebuah merk yang melekat, merek tersebut harus dapat memberikan unsur sugesti, fantastis, dan berbeda.

Trade Dress harus memungkinkan konsumen untuk membedakan antara suatu komoditas dan mengaitkan dengan sumbernya. Pengertian dari *Trade Mark* dalam *Lanham Act* mensyaratkan bahwa istilah, simbol nama, atau perangkat “mengidentifikasi dan membedakan” produk pemilik dari yang dibuat atau dijual oleh orang lain dan menunjukkan sumbernya dari suatu produk. Oleh karena itu untuk dapat dilindungi oleh *Lanham Act*, *Trade Dress* harus mempunyai keunikan tersendiri untuk membedakan dari produk lain.

Lanham Act tidak menjelaskan mengenai kekhasan, sehingga menimbulkan pertanyaan apakah *Trade Dress* berbeda dalam pengadilan. Parameter dari kekhasan ini ditetapkan dalam kasus *Abercrombie & Fitch Co. v. Hunting World, Ldc.*, yang telah digunakan sejak awal untuk menentukan apakah suatu merek dagang merupakan suatu produk yang berbeda, lalu pengadilan membagi merek menjadi 5 kategori : umum, deskriptif, sugestif, berbeda-beda, dan khayalan. Merk deskriptif menerima perlindungan hanya setelah menunjukkan bahwa mereka memperoleh makna sekunder/lainnya; dan tanda umum tidak bisa dilindungi.

Pengadilan enggan mengadopsi kasus *Abercrombie* dalam mengadili dalam bidang *Trade Dress* yang berdasarkan desain produk. Dalam kasus *Duraco Products v. Joy Plastica Enterprises, Ltd.*, pengadilan mencatat bahwa ada perbedaan antara kemasan produk dalam *Trade Dress* dan Konfigurasi produk *Trade Dress* dan menyatakan bahwa yang terakhir tidak sesuai untuk analisis tradisional kekhasan merek dagang. Pengadilan yang mengadili kasus ini adalah yang pertama mempertanyakan apakah desain produk dapat secara inheren berbeda, menolak kerangka dari kasus *Abercrombie* yang diterapkan pada kasus konfigurasi produk. Pengadilan kasus *Duraco* mengadopsi tes kekhasan yang baru untuk konfigurasi suatu produk, yang mensyaratkan bahwa ada 3 unsur yang dibuktikan sebelum *Trade Dress* yang secara bersifat khas ditemukan:

- a. *Trade Dress* yang di klaim dalam konfigurasi produk harus “tidak biasa dan mudah diingat”;
- b. *Trade Dress* yang di klaim harus “dapat dipisahkan secara konseptual dari produk” itu sendiri; dan
- c. *Trade Dress* yang di klaim harus “dapat berfungsi terutama sebagai penanda” dari asal produk.

Dalam perkembangannya, Sebagian besar pengadilan telah mengadopsi baik bentuk murni atau variasi tes dari keputusan Pengadilan Bea Cukai dan Banding Paten dalam kasus *Seabrook v. Bar-Well Foods*. Tes ini menanyakan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- a. Apakah desain atau bentuk adalah desain dan bentuk dasar yang umum;
- b. Apakah unik atau tidak biasa dalam bidang tertentu;

- c. Apakah hanya penyempurnaan dari bentuk ornamen yang umum diadopsi dan terkenal untuk kelas barang tertentu yang dipandang konsumen sebagai ornament belaka; dan
- d. Apakah mampu menciptakan kesan komersial yang berbeda dari kata-kata yang menyertainya.

2. Makna Sekunder atau *Secondary Meaning*

Makna sekunder ada ketika konsumen dapat mengidentifikasi sumber produk dengan melihat Trade Dress. Konsumen dalam hal ini tidak perlu mengidentifikasi Trade Dress dengan sumber produk tertentu, tetapi harus mengaitkan Trade Dress dengan sumber tertentu, meskipun mereka tidak dapat menyebutkannya (Linda & Mark, 2009). Makna sekunder ada ketika istilah yang mendeskripsikan produk telah menjadi begitu terkait dengan produk tersebut. Misalnya jika Trade Dress terkenal dan mengidentifikasi perusahaan tertentu kepada publik, seperti desain kaleng Coca-Cola, desain kaleng tersebut bisa dilindungi (Lu, 2016).

Artikulasi awal dari tes makna sekunder lengkap ditemukan di kasus *Echo Travel, Inc. v. Travel Associates* di mana Seventh Circuit mengartikulasikan jenis bukti dasar pembuktian makna sekunder:

- a. Testimoni langsung dari konsumen
- b. Bukti langsung
- c. Survei konsumen
- d. Bukti tidak langsung
- e. Eksklusivitas, panjang, dan cara penggunaan
- f. Jumlah dan cara beriklan
- g. Jumlah penjualan dan jumlah pelanggan
- h. Tempat terpancang di pasar

Tes ini dimodifikasi dalam kasus *Coach, Inc. v. We Care Trading Co.*, dengan mempertimbangkan enam faktor dengan bobot yang kurang lebih sama:

- a. Pengeluaran iklan,
- b. Studi konsumen yang menghubungkan merek ke sumber,
- c. Liputan media yang tidak diminta dari produk
- d. Penjualan sukses,
- e. Upaya untuk menjiplak merek, dan
- f. Panjang serta eksklusivitas penggunaan merek

3. Non-Fungsionalitas

Agar suatu produk dapat dilindungi, selain harus mempunyai kekhasan tersendiri, *Trade Dress* juga tidak boleh mempunyai fungsi. Undang-Undang Federal mensyaratkan bahwa *Trade Dress* menjadi non-fungsional untuk didaftarkan (15 U.S.C. § 1052[e], 2006) dan untuk melindungi *Trade Dress* yang tidak terdaftar, non-fungsionalitas harus dapat dibuktikan sebagai element dari kasus (15 U.S.C. § 1125[a][3], 2012). Aturan non-fungsionalitas dibuat untuk mencegah penyalahgunaan hak *Trade Dress* untuk melindungi penemuan atau desain berguna

lainnya dari persaingan, baik setelah paten kadaluarsa atau tanpa keuntungan dari paten sama sekali. Mahkamah Agung Amerika Serikat menggambarkan *Trade Dress* berfungsi jika penting untuk penggunaan dan tujuan artikel atau memengaruhi biaya atau kualitas artikel.

Namun, interpretasi fungsionalitas sudah tidak konsisten dalam kasus *Trade Dress* ritel. Meskipun elemen fungsional tidak dapat dilindungi berdasarkan Undang-Undang *Trade Dress* secara tersendiri, kombinasi dari elemen fungsional yang disusun secara unik dan berbeda serta dapat berfungsi sebagai pengidentifikasi sumber bagi pelanggan dapat dianggap sebagai *Trade Dress* yang dapat dilindungi.

Fungsional seperti yang dijelaskan dalam kasus *Inwood Laboratories, Inc. v. Ives Laboratories, Inc.* dalam kasus ini menjelaskan bahwa fitur produk sangat penting untuk penggunaan atau tujuan artikel atau mempengaruhi biaya atau kualitas artikel. Jadi, jika produk lebih bermanfaat atau bahwa produk berkontribusi pada kemudahan distribusi, kemungkinan produk tersebut akan dianggap fungsional (Ćeranić-Perišić, 2020).

4. Harus Ada Kebingungan bagi Pelanggan

Pengadilan di Amerika Serikat menggunakan berbagai tes untuk menilai kemungkinan kebingungan, dengan menggunakan berbagai tes untuk menilai kemungkinan dengan kebingungan. Unsur-unsur inti dalam membuktikan kebingungan adalah sebagai berikut: (Mc Carthey & J. Thomas, 2009)

- a. Tingkat kemiripan antara merek yang saling bertentangan
- b. Kesamaan metode pemasaran dan jalur distribusi.
- c. Karakteristik konsumen dan seberapa berhati-hati mereka ketika membeli kategori produk yang relevan.
- d. Sejauh mana ciri khas pengguna senior.
- e. Kemungkinan yang dirasakan bahwa pengguna senior akan memperluas ke wilayah pengguna junior.
- f. Sejauh mana merek pengguna senior diakui di wilayah penjualan pengguna junior.
- g. Maksud dari pengguna junior.
- h. Bukti kebingungan yang sebenarnya

Pengadilan mempertimbangkan unsur-unsur diatas untuk menentukan apakah elemen kebingungan telah dibuktikan dan dengan demikian apakah penggugat dapat meminta ganti rugi dari tergugat. Dan yang lebih penting, unsur-unsur ini mempengaruhi apakah pengadilan akan mengeluarkan keputusan pengadilan terhadap penggunaan Trademark atau Trade Dress yang berlanjut oleh terdakwa (Mc Carthey & Raphael, 1993).

Bahwa Amerika Serikat telah memiliki berbagai elemen untuk mengatur bagaimana cara menentukan adanya tindakan imitasi desain industri. Maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan cara menentukan tindakan imitasi di Indonesia dan Amerika Serikat sebagai berikut:

1. *Inherently Distinctive*

Di Indonesia, menurut Pasal 20 butir (e) Undang-Undang Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek dianggap tidak memiliki kekhasan jika merek tersebut terlalu sederhana atau umum.

Sedangkan di Amerika Serikat, elemen kekhasan dapat ditemukan pada kasus Planet Hollywood v. Hollywood Casion, tampilan dan kesan khas, yang berfungsi sebagai pengidentifikasi sumber bagi konsumen, dan meskipun Hollywood Casino telah mendaftarkan beberapa merek dagang yang diklaim telah dilanggar oleh Planet Hollywood, tidak ada bukti yang mendukung kemungkinan terjadinya kebingungan di pihak salah satu pihak (Moretti, 2001).

2. Makna Sekunder

Penulis tidak menemukan peraturan dan undang-undang Indonesia yang menjelaskan makna sekunder di peraturan dan perundang-undangan yang ada atau dengan kata lain Indonesia tidak mempunyai unsur makna sekunder.

Sedangkan makna sekunder merupakan salah satu indikator dalam menentukan plagiarism menurut Kasus Coach, Inc. v. We Care Trading Co, kasus tersebut mengatur 6 faktor makna sekunder (Ryu, 2009):

- a. Pengeluaran iklan,
- b. Studi konsumen yang menghubungkan merek ke sumber,
- c. Liputan media yang tidak diminta dari produk
- d. Penjualan sukses,
- e. Upaya untuk menjiplak merek, dan
- f. Panjang serta eksklusivitas penggunaan merek

3. Non fungsionalitas

Penulis tidak menemukan peraturan dan undang-undang Indonesia yang menjelaskan non-fungsionalitas di peraturan dan perundang-undangan yang ada atau dengan kata lain Indonesia tidak mempunyai unsur non-fungsionalitas.

Sedangkan menurut Kasus Inwood Laboratories, Inc. v. Ives Laboratories, Inc., non fungsionalitas merupakan indikator yang penting karena fitur produk sangat krusial untuk menentukan penggunaan atau tujuan atas suatu produk dirilis atau mempengaruhi biaya atau kualitas produk (Ćeranić-Perišić, 2020).

4. Kebingungan bagi Pelanggan

Penulis tidak menemukan peraturan dan undang-undang Indonesia yang menjelaskan kebingungan bagi pelanggan di peraturan dan perundang-undangan yang ada atau dengan kata lain Indonesia tidak mempunyai unsur kebingungan bagi pelanggan.

Di Amerika Serikat, unsur kebingungan bagi pelanggan merupakan indikator yang digunakan dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Tingkat kemiripan antara merek yang saling bertentangan
- b. Kesamaan metode pemasaran dan jalur distribusi.
- c. Karakteristik konsumen dan seberapa berhati-hati mereka ketika membeli kategori produk yang relevan.
- d. Sejauh mana ciri khas pengguna senior.
- e. Kemungkinan yang dirasakan bahwa pengguna senior akan memperluas ke wilayah pengguna junior.
- f. Sejauh mana merek pengguna senior diakui di wilayah penjualan pengguna junior.
- g. Maksud dari pengguna junior.
- h. Bukti kebingungan yang sebenarnya.

Setelah kita melihat perbandingan peraturan Indonesia dengan Amerika Serikat maka ada hal-hal yang dapat dipelajari dari implementasi peraturan perlindungan *Trade Dress* di Amerika Serikat. Khususnya dalam Desain Industri Sepatu, Indonesia dapat belajar terkait pengaturan *Trade Dress* dalam undang-undang merek maupun desain industri. Dengan Indonesia secara eksplisit mengatur *Trade Dress* didalam Undang-Undang Desain Industri maka hukum mengenai isu-isu imitasi produk dapat lebih jelas dan mencegah multitafsir ataupun salah tafsir dari setiap pemangku kepentingan dalam memutus perkara. Indonesia dapat menerapkan unsur kebingungan bagi konsumen dalam peraturannya dimana ketika ada pelanggaran hak desain industri maka dengan unsur tersebut tidak ada yang dapat mengajukan klain terhadap desain seseorang tanpa bukti yang kuat dan perlindungan pemegang hak akan jauh lebih terlindungi. Hal lain yang dapat dipelajari adalah unsur *Trade Dress* harus diperluas, agar produk atau layanan dapat dianggap sebagai *Trade Dress*, produk tersebut harus memiliki makna yang melekat atau makna sekunder dan persyaratan non-fungsionalitas. Di Indonesia kedua persyaratan tersebut belum di atur, dan oleh karena itu persyaratan tersebut harus diterapkan untuk pengimplentasian *Trade Dress* di Indonesia. Peraturan desain industri di Indonesia sebaik harus segera di revisi karena semakin berkembangnya produk sepatu di Indonesia akan semakin banyak pula permasalahan yang akan terjadi begitu pula di bidang lainnya selain sepatu.

Salah satu hal yang penting selain 4 elemen diatas dalam menentukan plagiarism terkait hak desain industri produk fesyen dalam hal ini sepatu adalah unsur kebaruan (*novelty*) suatu produk. Hal tersebut sesuai dengan amanat Pasal 25 ayat (1) Perjanjian TRIPs disebutkan: *Members shall provide for the protection of independently created industrial design that are new or original. Members may provide that design are not new original if they do not significantly differ from known design or combinations of known design features. Members may provide that such protection shall not extend to design dictated essentially by technical or functional considerations* (Anggota wajib memberikan perlindungan atas ciptaan desain tidak baru atau tidak asli jika desain tersebut tidak secara signifikan berbeda desain yang dikenal atau kombinasi dari fitur desain yang sudah dikenal. Anggota dapat menentukan bahwa perlindungan tersebut tidak berlaku untuk desain yang pada dasarnya ditentukan oleh pertimbangan teknis atau

fungsional). Maka penting untuk mengukur standar Kreatifitas apa yang menjadi acuan untuk dapat mendapatkan perlindungan, menurut regulasi paten Amerika Serikat mengharuskan desain paten menjadi “baru, orisinal dan ornamental” (35 U.S.C. § 71, 2010).

Di Amerika Serikat, *The Fashion Lobby* telah mengusulkan setidaknya tiga rancangan undang-undang selama beberapa tahun terakhir. Setiap Rancangan Undang-Undang menggunakan *Vessel Hull Design Protection Act* (VHDPA) sebagai kerangka kerja untuk memperluas perlindungan ke desain mode. Di bawah versi terbaru dari RUU desain fesyen, VHDP akan diperluas menjadi "pakaian" yang didefinisikan sebagai pakaian dan aksesoris (Hanley, 2020). Definisi ini memungkinkan CFDA untuk berpendapat bahwa penambahan hukum saat ini mudah dan mereka berusaha untuk melindungi anggotanya dari barang palsu karena hukum ini melindungi *desain fesyen* (Saputra, Indartono, Handani, & Hermawan, 2020).

Uji keorisinilan menggunakan metode yang sama dengan Undang-Undang Perlindungan Desain Lambung Kapal, syarat-syarat yang diberlakukan yaitu: "memberikan variasi yang dapat dibedakan atas karya sebelumnya yang berkaitan dengan artikel serupa yang lebih dari hal kecil dan belum disalin dari sumber lain"(U.S.C. §1301 (b)(1), 1982), “Ada atau tidak adanya warna atau warna tertentu atau karya bergambar atau grafis yang dicetak pada kain tidak akan dipertimbangkan dalam menentukan orisinalitas desain busana”(S. 3728. §.2(c), 2010), pengujian ini dapat melindungi pendesain dari karya turunan atau karya imitasi. Maka hal tersebut juga dapat diadopsi peraturan Indonesia yang mengakui perlindungan terhadap produk fesyen serta memberikan syarat warna maupun gambar atau grafis yang berbeda.

D. SIMPULAN

1. Simpulan

Perkembangan industri sepatu Indonesia menimbulkan permasalahan pada pemegang hak desain industri sepatu. Perlindungan kepada pemegang desain sepatu di Indonesia masih belum baik jika dibandingkan dengan Amerika Serikat, padahal perlindungan hukum adalah salah satu hal paling penting dalam konsep negara hukum. Melindungi hak-hak setiap warga-negaranya yang mempunyai desain industri agar tidak diklaim oleh pihak lain. Amerika Serikat dengan sistem hukum common law-nya mempunyai *Trade Dress* yang melindungi setiap pemegang hak desain industri dan pengadilan mampu menyelesaikan setiap kasus dengan elegan tanpa merugikan pihak yang mempunyai hak desain industri. Empat syarat/unsur dalam *Trade Dress* yang menjadi penilaian pengadilan : *Inherently Distinctive*, Makna Sekunder, Non-Fungsionalitas, dan Kebingungan bagi Konsumen. Unsur-unsur ini dapat menjadi penyelesaian suatu kasus desain industri di Indonesia. Peraturan tentang Desain Industri di Indonesia harus segera di revisi agar peraturan tetap relevan dengan perkembangan zaman.

2. Saran

Pemerintah Indonesia harus memulai penerapan *Trade Dress* secara eksplisit dalam UU Desain Industri khususnya di bidang desain industri sepatu. Serta penegakan dalam

mekanisme regulasi *Trade Dress* dengan menambahkan unsur “makna sekunder dan non-fungsionalitas”serta merevisi unsur pembeda dengan tujuan untuk menyempurnakan hukum. Untuk melindungi pemegang hak desain industri, pemerintah Indonesia perlu untuk menerapkan unsur kebingungan bagi konsumen yang bertujuan melindungi merek tergugat dari gugatan. Unsur inilah yang membuat pemegang hak mendapatkan perlindungannya. Terakhir, Pemerintah Indonesia juga dapat mengadopsi perlindungan fesyen secara eksplisit yang menentukan unsur kebaruan fesyen didasarkan dengan syarat warna maupun gambar atau grafis yang berbeda.

E. DAFTAR RUJUKAN

- [1] Abimayu, Y., & Srinindiati, D. (2020). SEJARAH TERBENTUKNYA KEPULAUAN BANGKA BELITUNG (PANGKAL PINANG) SEBAGAI SUMBER PEMBELARAN SEJARAH. *Kalpataru: Jurnal Sejarah Dan Pembelajaran Sejarah*. <https://doi.org/10.31851/kalpataru.v5i2.4111>
- [2] Adam, R., & Anwar, S. (2021). Kedudukan Tertanggung dalam Asuransi Jiwa Kredit. *Legal Standing: Jurnal Ilmu Hukum*, 5(1), 84–94.
- [3] Čeranić-Perišić, J. (2020). Evolution of case law regarding the interpretation of the secondary liability standard in U.S. trademark law. *Pravo i Privreda*. <https://doi.org/10.5937/pip2003141c>
- [4] Gashi, L., Sandberg, S., & Pedersen, W. (2021). Making “bad trips” good: How users of psychedelics narratively transform challenging trips into valuable experiences. *International Journal of Drug Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2020.102997>
- [5] Hanley, L. (2020). Lockdown has laid bare Britain’s class divide. *The Guardian*.
- [6] Lu, Y. (2016). The Conjunction and Disjunction Fallacies: Explanations of the Linda Problem by the Equate-to-Differentiate Model. *Integrative Psychological and Behavioral Science*. <https://doi.org/10.1007/s12124-015-9314-6>
- [7] Mc Carthey, S., & Raphael, T. (1993). Integração pedagógica da leitura e escritura três abordagens e suas respectivas implicações na alfabetização. *Letras de Hoje*.
- [8] Monseau, S. (2011a). European Design Rights: A Model for the Protection of All Designers from Piracy. *American Business Law Journal*. <https://doi.org/10.1111/j.1744-1714.2010.01111.x>
- [9] Monseau, S. (2011b). The Challenges of Protecting Industrial Design in the Global Economy. *SSRN Electronic Journal*.
- [10] Moretti, F. (2001). Planet Hollywood. *New Left Review*.
- [11] Rifan, M., & Rahmawati, L. (2020). PEMBAHARUAN UU DESAIN INDUSTRI: TANTANGAN MELINDUNGI USER INTERFACE DAN KOMPARASI UNSUR AESTHETIC IMPRESSION. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v9i2.438>
- [12] Ryu, J. S. (2009). Business Strategies in Competitive Markets : Coach ’ s Success Story in Japan. *Forum American Bar Association*.

- [13] Saputra, D. I. S., Indartono, K., Handani, S. W., & Hermawan, H. (2020). Program Pengembangan Kewirausahaan Industri Kreatif di STMIK AMIKOM Purwokerto. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*. <https://doi.org/10.30595/jppm.v0i0.3145>
- [14] Schickl, L. (2013). Protection of Industrial Design in the United States and in the EU: Different Concepts or Different Labels. *The Journal of World Intellectual Property*, 16(1), 15–38.
- [15] Sri Mujiarti Ulfah. (2021). MENCERMATI ARAH PENDIDIKAN INDONESIA. *Journal Ilmu Sosial, Politik Dan Pemerintahan*. <https://doi.org/10.37304/jispar.v1i2.346>