

Tinjauan Etika Bisnis Islam dan Undang - Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis terhadap Jual Beli Hasil Produksi dengan Bahan Sisa Produk Bermerek

Rico Tira Andiansyah, Zaini Abdul Malik, Encep Abdul Rojak
Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia

ricotirandnsyh@gmail.com, za.abuhibban@gmail.com, Abd.rozaq19@gmail.com

Abstract— The business of making bags according to order, the materials needed and other materials needed are made at the request of the customer / company, then the finished bag is sold at a cheaper price compared to the company's selling price. Based on the purpose of this study to study the implementation of production by buying and buying the production of residuals of branded products, and to find out the opinion of Islamic business ethics in buying and selling production with residual materials of branded products, and also to find out how to find findings in the law no 20 years 2016 about brands and geographical indications on CV. Yosir convection bags in Mohammad Toha Bandung. This research method is qualitative or the field with the data source used is using primary data by conducting observations and interviews in convection and secondary data by collecting data from books, articles and electronic media. This research data processing techniques with editing, organizing, analysis. The results of this study about the convection do not comply with Islamic business ethics in the example of the prophet Muhammad SAW about honesty, while the convection does not tell consumers about the fuel produced at the convection, and sell it. In terms of law no. 20 of 2016.

Key words— *Islamic Business Ethics, Law, Trademark*

Abstrak— Bisnis usaha konveksi tas disetiap order nya selalu terdapat bahan sisa dan bahan sisa tersebut dijadikan tas yang serupa dengan tas yang telah di order oleh konsumen/perusahaan, kemudian tas yang telah jadi dijual dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga jual perusahaan tersebut. Berdasarkan tujuan penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan produksi dengan jual beli hasil produksi bahan sisa produk bermerek, dan untuk mengetahui tinjauan etika bisnis islam dalam jual beli hasil produksi dengan bahan sisa produk bermerek, dan juga untuk mengetahui tinjauan dari sisi undang undang no 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis pada CV. Yosir konveksi tas di Mohammad Toha Bandung. Metode dari penelitian ini adalah kualitatif atau lapangan dengan sumber data yang digunakan yaitu menggunakan data primer yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara di konveksi dan data sekunder dengan mengumpulkan data data dari buku, artikel dan media elektronik. Teknik pengolahan data penelitian ini dengan tahapan editing, organizing, analizing. Hasil dari penelitian ini bahwa pihak konveksi tidak memenuhi etika bisnis Islam yang di contohkan oleh nabi Muhammad SAW mengenai kejujuran,

dimana pihak konveksi tidak memberi tahu kepada konsumen bahwa adanya sisa bahan yang di produksi kembali oleh pihak konveksi, dan memperjual belikannya. Dilihat dari segi undang undang no 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis bahwa pihak konveksi menggunakan hak brand yang sudah ada dan tidak mengkonfirmasi terlebih dahulu kepada konsumen.

Kata kunci— *Etika Bisnis Islam, Undang Undang, Merek*

I. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, ekonomi di Indonesia semakin berkembang, salah satunya ekonomi yang didasarkan syariat Islam. Manusia makhluk sosial, yaitu makhluk yang memiliki kodrat hidup bermasyarakat maka sudah semestinya, jika mereka akan saling membutuhkan antara satu dengan lainnya dalam bentuk hubungan guna mencukupi segala kebutuhannya.

Kegiatan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup manusia salah satunya dengan upaya bermualah. Muamalah terbagi dua, yaitu muamalah adabiyah dan muamalah madiyah. Muamalah adabiyah adalah aturan-aturan Allah yang berkaitan dengan aktivitas manusia dalam hidup bermasyarakat yang di tinjau dari segi subjeknya, yaitu manusia sebagai pelakunya, yang berkisar dalam keridaan dari kedua belah pihak yang melangsungkan akad, ijab kabul, dusta, dan lain-lain. Muamalah madiyah adalah aturan aturan yang telah ditetapkan syara' dari segi objek benda. Sebagian ulama berpendapat bahwa muamalah madiyah bersifat kebendaan, yakni benda yang halal, haram, dan syubhat untuk dimiliki, diperjual belikan atau di usahakan, benda yang menimbulkan kemudharatan dan mendatangkan kemaslahatan bagi manusia, dan lain lain. Salah satu ruang lingkup muamalah madiyah adalah jual beli.

Etika bisnis Islam memberikan penjelasan bahwa perilaku bisnis yang sesuai dengan Al-Qur'an harus memenuhi kriteria-kriteria diantaranya adalah dapat bermanfaat bagi kemaslahatan umat manusia dan mendatangkan keberkahan serta rizki bagi semua pihak.

Bertitik tolak dari hal di atas, maka penerapan etika

bisnis Islam dalam berdagang sangatlah penting, karena dalam suatu organisasi bisnis khususnya perdagangan pastilah memerlukan pelaku-pelaku yang jujur, adil dan objektif, tidak curang, tidak khianat serta dapat menghindari sifat-sifat tercela lainnya, sehingga keberadaan bisnis bisa saling menguntungkan, bukan keberuntungan sepihak melainkan keduanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli saling membutuhkan.

Bisnis usaha konveksi tas tersebut, bahwa disetiap order nya selalu terdapat bahan sisa dan bahan sisa tersebut dijadikan tas yang serupa dengan tas yang telah di order oleh konsumen/perusahaan, kemudian tas yang telah jadi dijual dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga jual perusahaan tersebut.

Pada dasarnya, Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang agama, dan etika. Di dalam peraturan sirkulasi atau perdagangan islami terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan apokok bagi pasar islam yang bersih. Di antara norma itu adalah :

- a. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan
- b. Bersikap benar, amanah, dan jujur
- c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga
- d. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli
- e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
- f. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.

II. LANDASAN TEORI

Etika berasal dari bahasa Yunani yang berarti karakter, kebiasaan atau sekumpulan perilaku moral yang diterima secara luas. Etimologi dari etika menunjukkan dasar karakter individu untuk melakukan hal-hal yang baik, aturan sosial yang membatasi seseorang atas sesuatu yang benar atau yang salah yang dikenal juga dengan istilah moralitas. Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma atau moralitas. Terminologi yang paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam disebut sebagai akhlak (bentuk jama'nya khuluq)Rukun dan syarat.

Menurut prinsip-prinsip etika bisnis Islam panduan etika dalam bisnis /usaha yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw yaitu dari poin kejujuran. Kejujuran adalah syarat yang paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda:

مَنْ غَشَّ، فَلَيْسَ مِنِّي

"Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami" (H.R. Muslim).

Menurut Pasal 1 ayat 5, dijelaskan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Menurut pasal 100 ayat 1, dijelaskan bahwa Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang

sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Menurut 101 ayat 1, Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan atau produk yang sarna atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis pelaksanaan jual beli hasil produksi dengan bahan sisa produk bermerek di konveksi tas dilihat dari segi rukun dan syarat jual beli :

1. Segi subjek

Melihat dari ketentuan syarat tentang akad jual beli dalam islam bahwa. Aqid (penjual dan pembeli) harus baligh dan berkal. Maka orang yang melakukan akad jual beli disyariatkan berakal, dapat membedakan dan atas kehendaknya sendiri. Menurut pengamatan peneliti selama dilapangan, penjual tas dengan menggunakan bahan sisa produk bermerek ini sudah memenuhi persyaratan akad jual beli yang dimana penjual dan pembeli telah baligh dan berakal.

2. Segi objek

Syarat barang yang dijadikan sebagai objek jual beli dalam islam harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Suci barangnya
- b. Dapat dimanfaatkan
- c. Milik orang yang berakal
- d. Mampu menyerahkan barang nya
- e. Mengetahui hal apa saja tentang barang nya
- f. Barang yang diikatkan ditangan

Syarat objek yang harus terpenuhi dalam jual beli hasil produksi dengan bahan sisa produk bermerek, mampu mengetahui hal apa saja tentang barang nya maksud nya melihat sendiri keadaan barang baik mengenai hitungan, takaran, timbangan atau kualitasnya. Apabila dalam suatu jual beli keadaan barang dan jumlah harganya tidak diketahui, maka perjanjian jual beli itu tidak sah. Sebab bisa jadi perjanjian tersebut mengandung unsur penipuan. Dikarenakan agar kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan.

Jika dilihat dari segi etika bisnis Islam, jual beli hasil produksi dengan bahan sisa produk bermerek tidak sesuai dengan etika bisnis islam yang di contohkan oleh nabi Muhammad SAW yaitu mengenai kejujuran. Kejujuran adalah syarat yang paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda:

مَنْ غَشَّ، فَلَيْسَ مِنِّي

"Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami" (H.R. Muslim).

Rasulullah sendiri adalah contoh perilaku yang selalu

bersikap jujur dalam berbisnis.. Dampak dari prinsip yang diterapkan oleh Rasulullah SAW ini, para pelanggan Rasulullah SAW tidak pernah merasa dirugikan serta tidak ada keluhan tentang janji-janji yang diucapkan, karena barang-barang yang disepakati dalam kontrak tidak ada yang dimanipulasi atau dikurangi .

Pihak konveksi menjual tas dengan memakai brand/merek konsumen (toko distro) dengan menggunakan bahan sisa produk dan tidak ada kejujuran dalam bahan sisa tersebut tidak di jelaskan kepada pihak konsumen (toko distro) alasan mereka menjual tas tersebut dikarenakan merek tersebut sudah terkenal dipasaran dan dikalangan masyarakat, maka dari itu pihak konveksi tersebut telah melanggar etika bisnis islam dalam hal kejujuran,

Dilihat dari segi undang undang no 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis Menurut peneliti, dimana pihak konveksi tersebut menggunakan hak brand/merek yang sudah ada dan tidak mengkonfirmasi terlebih dahulu kepada pemilik brand/merek tersebut, bahwa mereka akan memakai brand/merek tersebut maka dari itu pihak konveksi melanggar hak merek di karenakan memakai brand/ merek milik orang lain tanpa adanya izin terlebih dahulu kepada pemilik brand/merek dengan alasan, bahwa mereka membuat brand yang sama karena mereka mengetahui bahwa brand tersebut sudah terkenal dikalangan masyarakat, hal ini pihak konveksi bisa lebih cepat menjual nya.

Seharusnya pihak konveksi lebih kreatif dan inovatif dalam membuat brand/ merek sendiri dan tidak menjiplak brand orang lain, agar tidak melanggar hak cipta dan merugikan orang lain.

IV. KESIMPULAN

Setelah melalui pemaparan teori dan analisis tentang tinjauan etika bisnis islam dan undang undang no 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis terhadap jual beli hasil produksi dengan bahan sisa produk bermerek, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Selain menganalisis dari etika bisnis Islam, peneliti juga akan menganalisis dengan menggunakan hukum positif yang berlaku di Indonesia, aturan hukum yang digunakan untuk menganalisis terhadap jual beli hasil produksi dengan bahan sisa produk bermerek yaitu dengan menggunakan Undang Undang no 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis, dalam undang undang ini terdapat beberapa pasal yang akan digunakan dalam penelitian ini pasal 1 ayat 5, 100 ayat 1, 101 ayat 1, pada pasal pasal tersebut mengatur berbagai hal yang berkaitan dengan pelaku usaha.
2. Pelaksanaan jual beli dengan bahan sisa produk bermerek di konveksi CV. Yosir, dalam jasa pembuatan tasnya bahwa disetiap order nya selalu terdapat bahan sisa dan bahan sisa tersebut dijadikan tas yang serupa dengan tas yang telah di order oleh konsumen (toko distro), lalu pihak konveksi menjualnya di sosial media facebook dan

kepada rekan rekan terdekatnya, dengan menjual setengah harga dari harga toko distro yang mempunyai brand tersebut. Jual beli harus terdapat rukun dan syarat yang harus terpenuhi. Apabila rukun dan syaratnya tidak terpenuhi maka akad jual beli tersebut tidak sah atau haram untuk diperjual belikan. Maka dari itu bahwa pelaksanaan jual beli harus memenuhi rukun dan syaratnya.

3. Jika dilihat dari segi etika bisnis islam, jual beli hasil produksi dengan bahan sisa produk bermerek tidak sesuai dengan etika bisnis islam yang di contohkan oleh nabi Muhammad SAW yaitu mengenai kejujuran, dimana pihak konveksi tidak memberitahu kepada konsumen (toko distro) bahwa adanya sisa bahan yang dijadikan tas yang di perjual belikan oleh pihak konveksi. Maka dari itu vendor tersebut berbisnis dengan tidak benar karena tidak adanya kejujuran diawal kepada konsumen. Dilihat dari segi undang undang no 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis, dimana pihak konveksi tersebut menggunakan hak brand/merek yang sudah ada dan tidak mengkonfirmasi terlebih dahulu kepada pemilik brand/merek tersebut, bahwa mereka akan memakai brand/merek tersebut maka dari itu pihak konveksi melanggar hak merek di karenakan memakai brand/merek milik orang lain tanpa adanya izin terlebih dahulu kepada pemilik brand/merek.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aedi, Hasan. 2011. Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam. Alfabeta: Bandung
- [2] Alma, Buchari. 2001. Ajaran Islam Dalam Bisnis. Alfabeta: Bandung.
- [3] Ambadar Jackie, dkk. 2007. Mengelola Merek. Yayasan Bina Karsa Mandiri: Jakarta
- [4] Arifin, Djohar dan Abdul Aziz. 2013. Etika Bisnis Islam. Deepublish: Yogyakarta.
- [5] Aziz, Abdul. 2013. Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha. ALFABETA: Bandung
- [6] B.A, Riswandi dan Syamsudin M. 2004. Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- [7] Baidowi, Aris. 2011. Etika Bisnis Perspektif Islam. JHI. Vol 9. No. 2.
- [8] Dhody dan Cucu Solihah. 2019. Akad Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Dalam Bentuk Akta Otentik. Intelegensi Media: Malang.
- [9] Djakfar, Muhammad. 2012. Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi. Penebar Plus: Jakarta.
- [10] Djuwaini, Dimyudin. 2008. Pengantar Fiqih Muamalah. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- [11] Emzir. 2012 Analisis Data Metode Penelitian Kualitatif Edisi 1-3. Rajawali Press: Jakarta.
- [12] Faturahman Djamil, 1993. Filsafat Hukum Islam. Balai Pustaka: Jakarta.
- [13] Foster, Bob. 2008. Manajemen Ritel. Alfabeta: Bandung.
- [14] Ghazaly, Abdul Rahman dkk. 2010. Fiqh Muamalat. Pernada Media Group: Jakarta.

- [15] Gunawati, Anne. 2015. *Perlindungan Merek Terkenal Barang Dan Jasa Tidak Sejenis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat*. PT.Alumni: Bandung.
- [16] Haris, Munandar dan Sally Sitanggang. 2009. *Mengenal HAKI, Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merek, dan seluk-beluknya*. Erlangga, esensi: Jakarta.
- [17] Hartini, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Dampak Praktek Jual Beli Cendol Yang Mengandung Tawas Dan Perwana Tekstil". (Skripsi UIN Raden Intan Lampung, Lampung, 2019)
- [18] Harun. 2017. *Fiqh Muamalah*, Muhammadiyah University Press: Surakarta.
- [19] Hasan Aedi, *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* (Cet. Ke, I. Bandung: Alfabeta.
- [20] Huda, Nurul dkk. 2017. *Pemasaran Syariah*. Kencana: Depok.
- [21] Aravik, Haviz. 2016. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*. Kencana: Depok
- [22] Ida, Putra Bagus Wyasa. 2000. *Aspek-aspek Hukum Perdata Internasional dalam Transaksi Bisnis Internasional*. PT Refika Aditama: Bandung.
- [23] Indriyanto, Agus dan Irmie Mela Yusnita. *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*. Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- [24] Inong, Meuthia. 2009. *Studi Mengenai Kepercayaan Merek dalam Meningkatkan Loyalitas Merek pada Natasha Skin Care Semarang*. Fakultas Magister Ekonomi: Semarang.
- [25] Iswi, Hariyani. 2010. *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*. Penerbit Pustaka Yustisia: Yogyakarta.
- [26] Jalil, Abdul. 2010. *Implementation Mechanism Of Ethic In Business Organizations*. Vol 3. No. 4.
- [27] Juliyan, Erly. 2016. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Ummul Qura. Vol.7 No.1.
- [28] Lubis, Suharwadi K.. 2000. *Hukum Ekonomi Islam*. Sinar Grafika: Jakarta.
- [29] Masadi, Ghufroan A. 2002. *Fiqh Muamalah Kkontekstual*. PT Raja Grafindo Persad: Jakarta.
- [30] Muhamad, Abdulkadir. 2014. *Hukum Harta Kekayaan*, Citra Aditya Bakti: Bandung.
- [31] Muhammad, Djumhana dan R. Djubaedillah. 1997. *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*. PT Citra Aditya Bakti: Bandung.
- [32] Narbuko, Chalid dan Abu Achmadi. 1997. *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara: Jakarta
- [33] Nazir, Moh. 2009. *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- [34] Nurachmad, Much. 2012. *Segala Tentang HAKI Indonesia*. Buku Biru: Yogyakarta.
- [35] Pasal 1 ayat 5. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*.
- [36] Pasal 100. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*.
- [37] Pasal 101 ayat 1, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*.
- [38] Pasal 2 ayat 2, *Undang-undang Nomor 21 tahun 1961*
- [39] Pasal 41 ayat 1, *Undang-Undang Merek No. 20 Tahun 2016*
- [40] Pasaribu, Chairuman. 1996. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*. Sinar Grafika: Jakarta.
- [41] Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani Press: Jakarta
- [42] Rachmadi, Usman. 2003. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*. Alumni: Bandung.
- [43] Rachmat, Syafe'i. 2001. *Fikih Muamalah*. CV Pusataka Setia: Bandung.
- [44] Raharjo, Tri Weda dan Herrukmi Septa Rinawati. 2019. *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. CV. Jakad Publishing: Surabaya.
- [45] Sagala, Syaiful. 2016. *Memahami Organisasi Pendidikan*. Kencana: Jakarta.
- [46] Soemitra, Andri. 2019. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqih Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*. Prenadamedia Group: Jakarta.
- [47] Sudjatmiko, Agung. 2010. *Perlindungan Hukum Hak Atas Merek*. Yuridika. Vol. 15 No. 5.
- [48] Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif R&D*. Alfabeta: Bandung.
- [49] Suhendi, Hendi. 2002. *Fiqh Muamalah*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- [50] Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodelelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Putaka Baru Press: Yogyakarta.
- [51] Sujatmiko, Agung. 2008. *Aspek Yuridis Lisensi Merek dan Persaingan Usaha*. *Jurnal Hukum Pro Justitia*. Vol. 26 No.2.
- [52] Sukmanitawireja, Lisqa Nurwati, Zaini Abdul Malik, dkk. 2018. *Analisis Fiqih Muamalah Terhadap Praktek Jual Beli Tanpa Takaran di Pasar Ancol Karapitan Bandung*. *Jurnal Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Jual Beli*. Vol 4. No.2.
- [53] Sumarsono, Sony. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- [54] Susanto, A.B dan Himawan Wijanarko. 2004. *Power Branding- Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Mizan Publika: Jakarta.
- [55] Tamamudin. 2016. *Prilaku Produksi Industri Batik Kota Pekalongan Menurut Etika Produksi Islam*. *Jurnal Hukum Islam*. Vol.14 No.2.
- [56] Taqiyuddin Abu Bakar bin Muhammad. 1995. *Kifayatul Akhyar fii Halli Ghayatil Ikhtisar*. Cv Bina iman: Surabaya.
- [57] Tika, Muhammad Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Bumi Askara: Jakarta.
- [58] Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 2010. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka: Jakarta.
- [59] *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis*.
- [60] Usman, Rahmadi. 2003. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*. P.T. Alumni: Bandung.
- [61] Wawancara dengan Dani, Pegawai/penjahit konveksi Mohammad Toha, di Mohammad Toha, tanggal 25 juni 2020.
- [62] Wawancara dengan Riki Oktavian, pemilik konveksi Mohammad Toha, di Mohammad Toha tanggal 27 Mei 2020
- [63] Wawancara dengan Yolanda, Bagian Keuangan dan Pemasaran Konveksi Mohammad Toha, di Mohammad Toha, tanggal 21 juni 2020.
- [64] Yahya, Harahap. 2010. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia*. Citra Aditya Bakti: Bandung.