

# ANAYASA

(Journal of Legal Studies)

E-ISSN: 2987-9965

Vol.1, No. 1, Juli 2023

## SENGKETA MEREK DAGANG DI INDONESIA: SEBUAH STUDI LITERATUR

**Moh. Ramin**

Institut Agama Islam (IAI) Al-Khairat Pamekasan

Email: ramin@alkhairat.com

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk sengketa merek dagang di Indonesia: sebuah studi literatur. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi pustaka. Jenis penelitian studi pustaka digunakan untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang suatu topik atau fenomena dengan menganalisis literatur dan sumber-sumber yang relevan yang dimana dalam penelitian ini berkaitan dengan sengketa merek dagang di Indonesia. Adapun data, diperoleh melalui kajian dan analisis terhadap berbagai referensi seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti dan kemudian peneliti menarik benang merah dan menyimpulkan dari hasil temuan dan kajian penelitian. Hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan sengketa merek di Indonesia terjadi karena beberapa faktor yang meliputi pertumbuhan ekonomi, globalisasi, regulasi yang belum matang, kurangnya pemahaman tentang hak kekayaan intelektual, dan peningkatan persaingan di pasar. Namun, dengan tindakan yang tepat, seperti peningkatan kesadaran, perbaikan regulasi, penegakan hukum yang kuat, dan kolaborasi antarpihak terkait, sengketa merek di Indonesia dapat dikurangi. Hal ini akan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan merek dan inovasi di Indonesia serta melindungi hak-hak pemegang merek.

**Kata kunci:** Sengketa, merek dagang, Indonesia

### **Abstract**

*The purpose of this research is to study trademark disputes in Indonesia through a literature review. The qualitative research method is employed, specifically the type of research known as a literature review. The literature review method is used to gain a deep understanding of a particular topic or phenomenon by analyzing relevant literature and sources. In this study, the focus is on trademark disputes in Indonesia. Data is obtained through the examination and analysis of various references such as books, scientific journals, articles, and other documents related to the research topic. The researcher identifies common threads and draws conclusions from the findings and research study. The results of this research lead to the conclusion that trademark disputes in Indonesia occur due to several factors, including economic growth, globalization, immature regulations, a lack of understanding of intellectual property rights, and increased competition in the market. However, with appropriate actions such as increased awareness, regulatory improvements, strong law enforcement, and collaboration among relevant parties, trademark disputes in Indonesia can be reduced.*

*This will create a conducive environment for the development of brands and innovation in Indonesia, while also protecting the rights of trademark holders.*

**Keywords:** *Dispute, trademark, indonesia*

## **PENDAHULUAN**

Sengketa merek dagang di Indonesia merupakan salah satu isu yang sering muncul dalam dunia bisnis. Dalam konteks ini, sengketa merek dagang merujuk pada perselisihan antara dua atau lebih pihak yang mengklaim hak eksklusif atas penggunaan suatu merek dagang di Indonesia. Indonesia sebagai negara dengan ekonomi yang berkembang pesat dan pasar yang besar, menjadi magnet bagi perusahaan lokal maupun internasional untuk memasarkan produk dan jasa mereka. Dalam persaingan yang semakin ketat, merek dagang menjadi aset berharga yang melambangkan identitas, reputasi, dan kualitas produk atau layanan suatu perusahaan. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap merek dagang menjadi sangat penting (Rahayu, 2008).

Menurut Susilo, (2011) Proses penyelesaian sengketa merek dagang di Indonesia melibatkan berbagai tahapan yang kompleks. Pertama-tama, ketika terjadi perselisihan atas merek dagang, pihak yang terkena sengketa dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga yang memiliki yurisdiksi khusus dalam penyelesaian sengketa tersebut. Gugatan ini harus didasarkan pada bukti yang kuat dan relevan yang mendukung klaim pihak yang bersengketa. Pengadilan Niaga akan mempertimbangkan bukti-bukti yang diajukan oleh kedua belah pihak dan melakukan penilaian terhadap kesamaan atau persamaan merek dagang yang dipertentangkan. Mereka juga akan menilai apakah merek dagang tersebut telah terdaftar dengan benar dan memenuhi syarat-syarat pendaftaran yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

Dalam proses penilaian, DJKI memainkan peran penting sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas pendaftaran, perlindungan, dan penyelesaian sengketa merek dagang di Indonesia. DJKI memiliki kewenangan untuk menerima atau menolak permohonan pendaftaran merek dagang dan dapat memberikan keputusan yang mengikat kepada pihak-pihak yang bersengketa. Jika salah satu pihak tidak puas dengan keputusan DJKI, mereka dapat mengajukan banding ke Pengadilan Niaga. Pengadilan ini akan melakukan peninjauan ulang terhadap kasus tersebut dan memberikan keputusan akhir yang mengikat. Namun, penting untuk dicatat bahwa proses ini memakan waktu yang cukup lama dan biaya yang tidak sedikit. Selain jalur hukum, terdapat juga alternatif penyelesaian sengketa merek dagang di Indonesia, seperti negosiasi atau mediasi. Negosiasi dilakukan secara langsung antara pihak-pihak yang bersengketa dengan tujuan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Sementara itu, mediasi melibatkan pihak ketiga yang netral untuk membantu memfasilitasi negosiasi dan mencari solusi yang dapat diterima oleh semua pihak. Dalam penyelesaian sengketa merek dagang di Indonesia, penting bagi pihak-pihak yang terlibat untuk memahami sepenuhnya undang-undang merek dagang yang berlaku. Merek dagang harus terdaftar secara sah dan dilindungi oleh hukum untuk memperoleh hak eksklusif atas penggunaannya dalam wilayah Indonesia. Pihak-pihak yang memiliki merek dagang juga perlu melakukan

pemantauan terhadap pelanggaran merek dagang dan mengambil tindakan hukum yang diperlukan jika terjadi pelanggaran (Suriaatmadja, 2015).

Selain itu, (Sumarab, 2021) upaya pencegahan juga sangat penting dalam menghindari sengketa merek dagang. Pendaftaran merek dagang sejak dini, pemantauan terhadap merek dagang yang serupa, dan penggunaan merek dagang secara konsisten dan berkelanjutan dapat membantu mencegah terjadinya sengketa di kemudian hari. Pemerintah Indonesia juga telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan perlindungan merek dagang dan penyelesaian sengketa. Upaya ini meliputi peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya merek dagang, pemberian pelatihan kepada hakim dan petugas hukum mengenai hukum merek dagang, serta penyempurnaan peraturan dan prosedur terkait merek dagang.

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, sengketa merek dagang tidak lagi terbatas pada tingkat nasional, tetapi juga dapat melibatkan perusahaan atau individu dari negara-negara lain. Oleh karena itu, kerjasama internasional dalam perlindungan merek dagang dan penyelesaian sengketa menjadi semakin penting. Indonesia sebagai anggota Perjanjian TRIPS (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) di bawah World Trade Organization (WTO) telah berkomitmen untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap hak kekayaan intelektual, termasuk merek dagang. Negara ini juga terlibat dalam perjanjian bilateral dan multilateral yang bertujuan untuk memfasilitasi perlindungan merek dagang secara lintas negara. Dalam menghadapi sengketa merek dagang di Indonesia, konsultasi dengan ahli hukum yang berpengalaman dalam hukum merek dagang sangat dianjurkan. Mereka dapat memberikan nasihat yang tepat mengenai langkah-langkah yang harus diambil, membantu dalam proses pengajuan gugatan atau banding, dan membela hak-hak klien mereka di pengadilan (Sumarab, 2021).

Oleh karena itu, menurut Soramoes & Kansil, (2021) sengketa merek dagang di Indonesia merupakan tantangan yang kompleks bagi para pemilik merek dagang. Proses penyelesaiannya melibatkan peraturan hukum yang rumit, persyaratan pendaftaran yang ketat, dan persaingan bisnis yang ketat. Dalam menghadapi sengketa tersebut, penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang hukum merek dagang, melakukan pencegahan yang tepat, dan melibatkan pihak-pihak yang berwenang dalam upaya penyelesaian. Kasus sengketa merek dagang antara Ms Glow dan Ps Store Glow menjadi salah satu contoh nyata sengketa merek dagang yang pernah terjadi di Indonesia. Kasus ini mencerminkan kompleksitas dan tantangan yang dihadapi dalam melindungi hak-hak merek dagang di negara ini.

Ms Glow dan Ps Store Glow merupakan dua entitas yang mengajukan merek dagang dengan nama yang serupa atau identik untuk produk-produk kecantikan. Ketika kasus ini muncul, masing-masing pihak mengklaim hak eksklusif atas penggunaan merek dagang tersebut di Indonesia. Perselisihan semacam ini mencerminkan pentingnya pemilihan dan pendaftaran merek dagang yang cermat serta pemahaman yang mendalam tentang hukum merek dagang. Dalam penyelesaian kasus seperti ini, pihak-pihak yang bersengketa harus mengumpulkan bukti-bukti yang kuat untuk memperkuat klaim mereka. Hal ini

mencakup bukti pendaftaran merek dagang, penggunaan merek dagang secara efektif dan terus-menerus, serta bukti yang menunjukkan adanya kemungkinan kebingungan di antara konsumen terkait dengan dua merek dagang tersebut. Bukti-bukti ini akan menjadi dasar bagi Pengadilan Niaga atau DJKI dalam memutuskan kasus tersebut.

Dalam penanganan kasus sengketa merek dagang, DJKI memainkan peran penting sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas pendaftaran, perlindungan, dan penyelesaian sengketa merek dagang di Indonesia. DJKI akan melakukan penilaian menyeluruh terhadap klaim-klaim yang diajukan oleh kedua belah pihak dan memberikan keputusan yang mengikat. Namun, proses penyelesaian sengketa merek dagang tidak selalu terjadi melalui jalur pengadilan. Terkadang, pihak-pihak yang bersengketa juga mencoba menyelesaikan kasus melalui negosiasi atau mediasi di luar pengadilan. Dalam hal ini, pihak ketiga yang netral dapat membantu memfasilitasi proses negosiasi atau mediasi agar kedua belah pihak dapat mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

Kasus sengketa merek dagang antara Ms Glow dan Ps Store Glow juga mencerminkan pentingnya pencegahan dalam menghindari sengketa di masa depan. Pendaftaran merek dagang sejak dini, pemantauan terhadap merek dagang yang serupa, serta pemilihan merek dagang yang unik dan membedakan dapat membantu mengurangi risiko terjadinya perselisihan merek dagang di kemudian hari. Dalam konteks ini, pemilik merek dagang perlu memahami tata cara pendaftaran merek dagang yang benar dan melibatkan ahli hukum atau konsultan merek dagang untuk memastikan keberhasilan dalam proses pendaftaran. Selain itu, penting juga untuk terus memantau dan melindungi merek dagang yang sudah terdaftar melalui tindakan hukum yang tepat jika terjadi pelanggaran merek dagang.

Kasus sengketa merek dagang seperti Ms Glow dan Ps Store Glow mengingatkan kita akan kompleksitas dan tantangan yang dihadapi dalam melindungi merek dagang di Indonesia. Perlindungan hukum yang tepat, pencegahan yang baik, dan upaya penyelesaian sengketa yang efektif merupakan faktor kunci dalam memastikan keberhasilan dan keberlanjutan merek dagang di pasar yang kompetitif. Berdasarkan pemaparan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul sengketa merek di Indonesia: Sebuah studi literature.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi pustaka. Jenis penelitian studi pustaka digunakan untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang suatu topik atau fenomena dengan menganalisis literatur dan sumber-sumber yang relevan yang dimana dalam penelitian ini berkaitan sengketa merek di Indonesia. adapun data, diperoleh melalui kajian dan analisis terhadap berbagai referensi seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti dan kemudian peneliti menarik benang merah dan menyimpulkan dari hasil temuan dan kajian penelitian (Aditya dkk., 2010).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sengketa merek di Indonesia memang sering terjadi dan memiliki sejumlah alasan yang mendasarinya. Menurut Rombot, (2020) Beberapa faktor yang berperan dalam meningkatnya frekuensi sengketa merek di Indonesia adalah pertumbuhan ekonomi, globalisasi, regulasi yang belum matang, kurangnya pemahaman tentang hak kekayaan intelektual, dan peningkatan persaingan di pasar. Pertama-tama, pertumbuhan ekonomi yang pesat di Indonesia telah mendorong banyak perusahaan untuk memasuki pasar yang semakin kompetitif. Dalam upaya memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, perusahaan sering kali mengandalkan merek sebagai salah satu aset intelektual yang paling berharga. Hal ini menciptakan persaingan yang ketat antara merek-merek yang berusaha memenangkan perhatian konsumen. Akibatnya, peluang terjadinya sengketa merek semakin tinggi.

Selain itu, globalisasi dan kemajuan teknologi informasi telah memungkinkan akses yang lebih mudah ke merek dan informasi terkait. Perusahaan asing yang ingin memasuki pasar Indonesia seringkali menggunakan merek yang telah dikenal di negara asalnya. Namun, seringkali merek-merek ini bertabrakan dengan merek lokal yang sudah ada di Indonesia, yang dapat memicu sengketa merek antara perusahaan asing dan perusahaan lokal. Regulasi yang belum matang juga menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi seringnya terjadinya sengketa merek di Indonesia. Meskipun ada undang-undang hak kekayaan intelektual yang mengatur tentang merek di Indonesia, pelaksanaannya masih belum optimal. Beberapa kendala yang dihadapi adalah kurangnya penegakan hukum yang efektif, kurangnya kejelasan dalam prosedur pendaftaran merek, dan keterbatasan sumber daya yang dialokasikan untuk mengatasi sengketa merek (Sulastri dkk., 2018).

Menurut Sugeng, (2013) Pemahaman yang kurang mengenai hak kekayaan intelektual juga menjadi masalah di Indonesia. Banyak pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah, tidak sepenuhnya memahami pentingnya merek dan hak-hak yang terkait dengannya. Hal ini sering kali mengakibatkan pelanggaran merek yang tidak disengaja, yang dapat memicu sengketa merek antara pemilik merek dan pelaku usaha. Peningkatan persaingan di pasar juga berperan dalam meningkatnya sengketa merek di Indonesia. Dalam upaya untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, perusahaan seringkali menggunakan taktik-taktik yang berpotensi melanggar merek pesaing mereka. Misalnya, penggunaan merek serupa atau menyesatkan yang dapat menimbulkan kebingungan di antara konsumen. Ketika merek pesaing disalahgunakan, hal ini seringkali memicu konflik hukum dan sengketa merek yang kompleks.

Tawaran Rofidah, (2015) Untuk mengatasi masalah sengketa merek yang sering terjadi di Indonesia, perlu dilakukan sejumlah tindakan. Pertama, perlu meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang hak kekayaan intelektual di kalangan pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah. Pemerintah juga perlu memperkuat sistem regulasi dan penegakan hukum terkait merek, termasuk memperbaiki prosedur pendaftaran merek dan memperkuat lembaga terkait. Selain itu, perusahaan juga harus lebih berhati-hati dan proaktif dalam melindungi merek mereka dan menghindari pelanggaran merek pesaing. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan frekuensi sengketa merek di Indonesia dapat dikurangi. Dengan perlindungan yang lebih baik terhadap merek dan pemahaman yang lebih baik tentang hak kekayaan intelektual, perusahaan dapat lebih percaya diri dalam berinovasi dan berkompetisi di pasar Indonesia yang semakin berkembang.

Selain tindakan yang telah disebutkan sebelumnya, penting juga untuk meningkatkan kerjasama antara pemerintah, lembaga hak kekayaan intelektual, dan sektor swasta. Membangun kemitraan yang kuat dan saling mendukung antara pihak-pihak terkait akan

membantu memperkuat perlindungan merek di Indonesia. Misalnya, pemerintah dapat bekerja sama dengan asosiasi industri dan organisasi profesional untuk menyediakan pelatihan dan pendidikan tentang hak kekayaan intelektual kepada pelaku usaha. Peningkatan kesadaran dan pengetahuan akan membantu mencegah pelanggaran merek yang tidak disengaja dan meminimalkan potensi sengketa. Penting juga untuk meningkatkan kualitas pendaftaran merek di Indonesia. Proses pendaftaran merek harus lebih transparan, efisien, dan responsif terhadap perkembangan terkini di dunia bisnis. Hal ini akan membantu mengurangi ketidakjelasan dalam proses pendaftaran dan menghindari adanya merek yang serupa atau bingung dengan merek yang sudah ada. Selain itu, perlu ditingkatkan pengawasan terhadap merek yang didaftarkan untuk memastikan bahwa merek tersebut memenuhi kriteria hukum dan tidak melanggar hak merek yang sudah ada.

Selanjutnya, perlu diberikan insentif dan perlindungan yang lebih baik bagi pemegang merek. Melalui kebijakan dan regulasi yang mendukung, pemerintah dapat mendorong investasi dalam pengembangan merek dan inovasi. Insentif fiskal, perlindungan hukum yang kuat, dan penegakan hukum yang efektif akan memberikan keyakinan kepada pemegang merek untuk melindungi dan memperluas merek mereka di Indonesia. Dengan memberikan perlindungan yang memadai, pemerintah dapat menciptakan iklim yang kondusif bagi pengembangan merek dan investasi jangka panjang. Untuk memperkuat penegakan hukum terkait merek. Pelanggaran merek yang terjadi harus ditindak secara tegas dan efektif. Peningkatan kerjasama antara pihak berwenang, termasuk kepolisian, pengadilan, dan lembaga hak kekayaan intelektual, dapat membantu meningkatkan efektivitas penegakan hukum. Perlu ada pengawasan yang lebih ketat terhadap pasar dan distribusi barang yang memeriksa keaslian merek. Selain itu, hukuman yang tegas dan deterrent harus diberlakukan bagi pelaku pelanggaran merek untuk memberikan efek jera kepada pihak lain yang berpotensi melakukan tindakan serupa.

Selain aspek hukum dan regulasi, edukasi dan kesadaran masyarakat juga sangat penting. Pemerintah dapat melakukan kampanye publik yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya merek dan hak kekayaan intelektual. Masyarakat harus sadar akan konsekuensi hukum dari pelanggaran merek dan menjadi konsumen yang bijak dengan memilih produk yang memiliki merek yang sah dan terdaftar. Dengan meningkatkan kesadaran masyarakat, dapat diharapkan terjadinya penurunan sengketa merek karena pelaku usaha dan konsumen akan lebih memahami pentingnya menghormati hak kekayaan intelektual.

Terakhir, perlu adanya komitmen jangka panjang dari semua pihak terkait untuk mengatasi sengketa merek di Indonesia. Hal ini melibatkan peran aktif pemerintah, perusahaan, dan masyarakat dalam membangun sistem yang lebih kuat untuk melindungi merek. Peningkatan kerjasama antara pihak-pihak terkait, investasi dalam infrastruktur hukum dan regulasi, serta peningkatan kesadaran akan hak kekayaan intelektual akan menjadi langkah penting dalam mengurangi sengketa merek di Indonesia.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan temuan dan pembahasan diatas dapat disimpulkan, Sengketa merek di Indonesia sering terjadi karena beberapa faktor yang meliputi pertumbuhan ekonomi, globalisasi, regulasi yang belum matang, kurangnya pemahaman tentang hak kekayaan intelektual, dan peningkatan persaingan di pasar. Namun, dengan tindakan yang tepat, seperti peningkatan kesadaran, perbaikan regulasi, penegakan hukum yang kuat, dan kolaborasi antarpihak terkait, sengketa merek di Indonesia dapat dikurangi. Hal ini akan

menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan merek dan inovasi di Indonesia serta melindungi hak-hak pemegang merek.

## DAFTAR PUSTAKA

Aditya, Y., Pratama, A., & Nurlifa, A. (2010). *STUDI PUSTAKA UNTUK STEGANOGRAFI DENGAN BEBERAPA METODE*.

Rahayu, T. S. (2008). *Penyelesaian sengketa merek menurut undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang merek (studi kasus sengketa antara honda karisma dan tossa krisma)*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/8127/Penyelesaian-sengketa-merek-menurut-undang-undang-nomor-15-tahun-2001-tentang-merek-studi-kasus-sengketa-antara-honda-karisma-dan-tossa-krisma>

Rofidah, I. (2015). *Penyalahgunaan perjanjian lisensi merek dalam praktek bisnis hak atas kekayaan intelektual*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30528>

Rombot, R. J. T. (2020). Peranan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (kppu) Dalam Menyelesaikan Sengketa Usaha Perdagangan Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *LEX PRIVATUM*, 8(4), Article 4. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lexprivatum/article/view/30975>

Soramoes, M. A., & Kansil, C. S. T. (2021). IMPLIKASI KASUS SENKETA MEREK WD-40 DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS (CONTOH KASUS NOMOR 39/PDT.SUS.MEREK /2018/PN.NIAGA.JKT.PST. *Jurnal Hukum Adigama*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.24912/adigama.v4i2.13643>

Sugeng, A. S. B. (2013). MONOPOLI PADA LISENSI MEREK TERKENAL DAN KAITANNYA DENGAN PERSAINGAN USAHA. *Masalah-Masalah Hukum*, 42(2), Article 2. <https://doi.org/10.14710/mmh.42.2.2013.225-235>

Sulastri, S., Satino, S., & W, Y. Y. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Merek (tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware). *Jurnal Yuridis*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.35586/v5i1.321>

Sumarab, M. (2021). Sengketa Persaingan Usaha Dalam Kegiatan Perdagangan Menurut Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *LEX PRIVATUM*, 9(6), Article 6. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lexprivatum/article/view/34811>

Suriaatmadja, T. T. (2015). MINIMALISASI SENKETA MEDIK PASIEN DAN TENAGA KESEHATAN DIHUBUNG KAN DENGAN UNDANG - UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN. *JURNAL LITIGASI (e-Journal)*, 16(2), Article 2. <https://doi.org/10.23969/litigasi.v16i2.45>

Susilo, A. B. (2011). PENYELESAIAN SENGKETA PEMBATALAN PENDAFTARAN MEREK (STUDI KASUS DUA KELINCI DAN GARUDA FOOD). *LAW REFORM*, 7(1), 124–142. <https://doi.org/10.14710/lr.v7i1.12480>