

Arek Malang Menggugat : Privatisasi Logo Singo Edan Bertindik

Indra Lukmana Putra; indra.lukmanaputraa@gmail.com^{1*}
Alie Zainal Abidin; aliezainal1@gmail.com²
Aang Kurniawan; aangkurniawan@gmail.com³,
Nur Imamah; nurmimamah@gmail.com⁴
Ascosenda Ika Rizqi; senda.air@gmail.com⁵

Politeknik Negeri Malang^{1*}
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Malang²
Supporter Entrepreneur Hub³
Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya⁴
Fakultas Ekonomi, Manajemen, Universitas Merdeka Pasuruan⁵

ABSTRAK

Tinjauan kritis akademis Arek Malang terhadap pendaftaran logo klub sepakbola oleh pihak yang tidak berhak menunjukkan urgensi perlindungan hak kekayaan intelektual sekaligus integritas organisasi olahraga. Fenomena menjadi penting karena logo klub bukan hanya simbol identitas, tetapi juga aset ekonomi dan reputasi strategis bagi klub dan komunitas pendukungnya. Privatisasi logo “bad faith trademark registration” dengan itikad tidak baik menimbulkan potensi sengketa hukum, konflik kepemilikan, dan penurunan kepercayaan publik terhadap organisasi. Riset menganalisis kasus gugatan tersebut dari perspektif etika bisnis, tata kelola organisasi, dan perlindungan hukum kekayaan intelektual. Bermetode kualitatif pendekatan studi kasus pengumpulan data melalui dokumen hukum terkait gugatan, regulasi merek, pemberitaan, dan literatur akademik. Analisis menggabungkan kerangka etika bisnis berlandaskan integritas, kejujuran, tanggung jawab serta hati nurani dengan teori tata kelola organisasi. Variabel transparansi, akuntabilitas, dan pengendalian internal menunjukkan bahwa tindakan pendaftaran atau privatisasi logo tanpa izin oleh pihak merupakan pelanggaran etika sekaligus menandakan kelemahan tata kelola organisasi dalam mengelola aset intelektual. Gugatan Arek Malang menegaskan pentingnya mekanisme hukum, perlindungan hak kekayaan intelektual, dan penerapan etika organisasi yang ketat. Implikasi penelitian mencakup perlunya penguatan prosedur pendaftaran logo, pengawasan internal yang lebih efektif, moralitas dan edukasi etika bagi pemangku kepentingan di dunia olahraga profesional. Kebaruan integrasi perspektif hukum, etika bisnis, dan tata kelola organisasi dalam menganalisis kasus gugatan terkait pendaftaran merek dengan itikad tidak baik, yang sebelumnya lebih banyak dikaji secara parsial. Pendekatan multidisipliner ini menawarkan strategi pencegahan konflik yang lebih komprehensif dan relevan bagi pengelolaan aset olahraga.

Kata kunci: Arek Malang; Pendaftaran Merek dengan Itikad Tidak Baik; Etika Bisnis; Tata Kelola Organisasi; Hak Kekayaan Intelektual.

ABSTRACT

Arek Malang's critical review of the registration of football club logos by unauthorised parties highlights the urgency of protecting intellectual property rights as well as maintaining the integrity of sports organisations. Particularly issue significant because a club logo is not merely

a symbol of identity; it also constitutes a strategic economic and reputational asset for both the club and its supporter community. Privatisation logo through bad faith trademark registration can lead to potential legal disputes, ownership conflicts, and diminished public trust in the organisation. Case analyze by lawsuit from the perspectives of business ethics, organisational governance, and intellectual property law. Utilising a qualitative approach with a case study methodology, data were collected from legal documents pertaining to the lawsuit, trademark regulations, media reports, and relevant academic literature. Analysis integrates a business ethics framework grounded in integrity, honesty, responsibility, and conscience with organisational governance theory. Variables such as transparency, accountability, and internal control indicate that the registration or privatisation of a logo without authorisation constitutes an ethical violation and simultaneously reflects weaknesses in organisational governance regarding the management of intellectual assets. Arek Malang lawsuit underscores the importance of legal mechanisms, intellectual property protection, and strict adherence to organisational ethics. Study's implications include the need to strengthen logo registration procedures, implement more effective internal oversight, foster organisational morality, and provide ethics education for stakeholders in professional sports. Novelty pointing integration of legal, business ethics, and organisational governance perspectives in analysing cases of bad faith trademark registration which have previously been examined largely in isolation. This multidisciplinary approach offers a more comprehensive conflict prevention strategy and is highly relevant for the management of sports assets.

Keywords: *Arek Malang; Bad Faith Trademark Registration; Organisational Governance; Business Ethics.*

PENDAHULUAN

Pendaftaran merek dengan itikad tidak baik *bad faith trademark registration* merupakan salah satu persoalan krusial dalam rezim Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang tidak hanya berdampak pada aspek hukum, tetapi juga berkaitan erat dengan etika bisnis dan tata kelola organisasi. Dalam konteks organisasi modern, merek tidak lagi dipandang sekadar sebagai identitas visual, melainkan aset intelektual strategis yang memiliki nilai ekonomi, sosial, dan reputasional yang tinggi. Oleh karena itu, praktik pendaftaran merek oleh pihak yang tidak berhak berpotensi menimbulkan sengketa kepemilikan, kerugian ekonomi, konflik organisasi, serta penurunan kepercayaan publik terhadap institusi yang bersangkutan (Agostini et al., 2017). Fenomena tersebut menjadi semakin relevan dalam industri olahraga profesional, khususnya sepak bola, di mana logo klub merupakan representasi identitas historis, budaya, dan kebanggaan komunitas pendukung. Dalam beberapa kasus, logo klub yang seharusnya menjadi aset kolektif organisasi justru didaftarkan atas nama individu tertentu. Praktik ini memunculkan persoalan hukum sekaligus pertanyaan etis mengenai legitimasi kepemilikan terhadap simbol yang dibangun melalui kontribusi bersama. Menurut Juwaihian et al. (2025), pemalsuan, peniruan, atau penguasaan merek tanpa hak merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip perlindungan merek yang dapat mengganggu kepastian hukum dan keadilan dalam sistem HKI.

Dari perspektif manajemen aset intelektual, organisasi dituntut untuk mengembangkan strategi pengelolaan HKI yang mengintegrasikan dimensi hukum, strategis, dan etis secara simultan. Agostini et al. (2017) menegaskan bahwa manajemen HKI tidak hanya berfungsi sebagai instrumen perlindungan hukum, tetapi juga sebagai mekanisme penciptaan nilai organisasi melalui pengelolaan aset intelektual secara efektif.

Dengan demikian, pendaftaran merek harus dilaksanakan berdasarkan prinsip itikad baik, transparansi, dan akuntabilitas guna menghindari konflik kepemilikan maupun praktik oportunistik yang merugikan organisasi. Dalam perspektif tata kelola organisasi *corporate governance*, kasus pendaftaran privatisasi logo mencerminkan lemahnya sistem pengendalian internal dan mekanisme pengawasan organisasi. Tata kelola yang baik menuntut adanya transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran dalam pengelolaan seluruh aset organisasi, termasuk aset intelektual. Arum et al. (2023) menunjukkan lemahnya tata kelola organisasi berkontribusi terhadap munculnya berbagai bentuk penyimpangan yang merugikan organisasi. Oleh karena itu, perlindungan terhadap aset intelektual tidak dapat dipisahkan dari kualitas tata kelola yang diterapkan oleh organisasi.

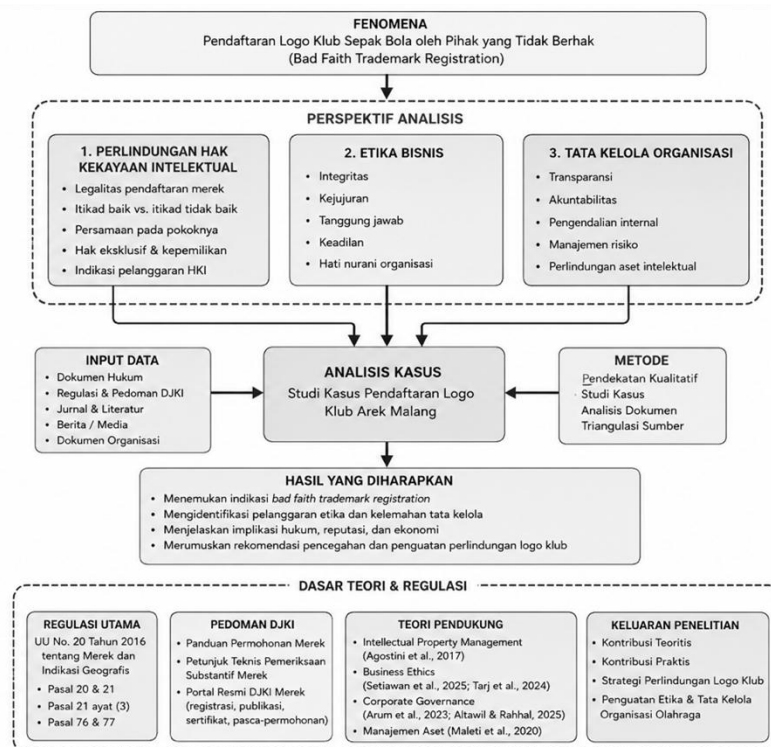
Selain aspek tata kelola, dimensi etika bisnis juga memiliki posisi penting dalam mencegah penyalahgunaan aset organisasi. Etika bisnis berfungsi sebagai landasan moral yang mengarahkan perilaku individu maupun organisasi agar tetap berada dalam koridor integritas, kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan. Temuan Tarj et al. (2024) menunjukkan bahwa kepemimpinan etis dan nilai-nilai moral organisasi memiliki peran signifikan dalam menekan praktik penyalahgunaan aset (*asset misappropriation*). Konteks pendaftaran merek, prinsip etika menjadi instrumen preventif berpotensi mengurangi kecenderungan individu untuk melakukan klaim kepemilikan atas aset yang secara substansial bukan merupakan haknya. Pengelolaan aset organisasi yang efektif memerlukan sistem manajemen yang terstruktur dan berkelanjutan. Maleti et al. (2020) menjelaskan bahwa pengelolaan aset yang baik berkontribusi terhadap peningkatan kinerja organisasi melalui penguatan mekanisme kontrol, perlindungan aset, dan optimalisasi nilai ekonomi yang dihasilkan. Dalam konteks logo klub sepak bola, kegagalan organisasi dalam mengidentifikasi, melindungi, dan mengendalikan aset intelektual dapat membuka ruang bagi terjadinya sengketa hukum dan konflik kepentingan. Perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual juga menjadi bagian dari upaya menciptakan kepastian hukum dan perlindungan terhadap hak-hak pemilik yang sah. Itanyi (2018) menegaskan bahwa efektivitas penegakan HKI merupakan faktor penting dalam menjaga kredibilitas sistem hukum dan mencegah praktik pengambilalihan hak secara tidak sah. Senftleben (2024) juga menyoroti bahwa perlindungan merek harus mampu menyeimbangkan kepentingan pemilik hak, kepentingan publik, dan prinsip keadilan agar tidak terjadi penyalahgunaan instrumen hukum oleh pihak tertentu.

Berangkat dari fenomena gugatan Arek Malang terhadap pendaftaran logo klub sepak bola oleh pihak yang dianggap tidak berhak, penelitian ini bertujuan menganalisis persoalan tersebut melalui perspektif etika bisnis, tata kelola organisasi, dan perlindungan hukum HKI. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya mengkaji sengketa merek dari sudut pandang hukum semata, penelitian ini menawarkan pendekatan multidisipliner yang mengintegrasikan aspek hukum, etika bisnis, dan tata kelola organisasi. Kebaruan penelitian terletak pada upaya menjelaskan bagaimana praktik *bad faith trademark registration* tidak hanya mencerminkan pelanggaran hukum, tetapi juga menunjukkan kegagalan tata kelola dan degradasi nilai etika dalam pengelolaan aset intelektual organisasi olahraga.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus analisis mendalam atas fenomena pendaftaran logo klub sepak bola oleh pihak yang tidak berhak dalam perspektif etika bisnis, tata kelola organisasi, dan perlindungan hak kekayaan intelektual. Pendekatan kualitatif

memberikan pemahaman pada realitas sosial, hukum, dan organisasi yang melatarbelakangi terjadinya sengketa kepemilikan logo klub. Eksplorasi studi kasus secara komprehensif kasus gugatan Arek Malang sebagai representasi fenomena bad faith trademark registration dalam organisasi olahraga. Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui dokumen hukum yang berkaitan dengan pendaftaran merek, gugatan, putusan pengadilan (jika tersedia), serta peraturan perundang-undangan yang relevan, khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari artikel ilmiah, jurnal internasional bereputasi, buku, laporan resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), pemberitaan media massa, dan dokumen organisasi yang berkaitan dengan pengelolaan aset intelektual dan tata kelola organisasi olahraga.



Gambar 1. Diagram Alur Riset

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi (*document analysis*) dan kajian literatur (*literature review*). Analisis dokumen dilakukan terhadap berbagai sumber hukum dan administrasi yang berkaitan dengan status kepemilikan logo klub, sedangkan kajian literatur digunakan untuk membangun kerangka konseptual mengenai hak kekayaan intelektual, etika bisnis, dan tata kelola organisasi. Untuk meningkatkan validitas data, penelitian menerapkan triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari dokumen hukum, literatur akademik, dan pemberitaan media. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti mengidentifikasi informasi yang relevan dengan isu pendaftaran merek dengan itikad tidak baik. Tahap penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan temuan berdasarkan tema utama, yaitu perlindungan hak kekayaan intelektual, etika bisnis, dan tata kelola organisasi. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan melalui interpretasi terhadap hubungan antara praktik pendaftaran logo, prinsip etika bisnis, serta mekanisme tata kelola

organisasi. Kerangka analisis penelitian mengacu pada tiga dimensi utama. Pertama, dimensi hak kekayaan intelektual yang menelaah aspek legalitas pendaftaran merek, kepemilikan, dan indikasi bad faith trademark registration (Agostini et al., 2017; Juwaihian et al., 2025). Kedua, dimensi etika bisnis yang dianalisis melalui prinsip integritas, kejujuran, tanggung jawab, dan hati nurani organisasi dalam pengelolaan aset intelektual (Setiawan et al., 2025). Ketiga, dimensi tata kelola organisasi yang meliputi transparansi, akuntabilitas, dan pengendalian internal sebagai instrumen perlindungan aset organisasi (Arum et al., 2023; Altawil & Rahhal, 2025).

Melalui pendekatan tersebut, penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang mendorong terjadinya privatisasi logo klub, implikasinya terhadap organisasi olahraga, serta rekomendasi strategis untuk memperkuat perlindungan hak kekayaan intelektual berbasis etika bisnis dan tata kelola organisasi yang baik khususnya bagi organisasi olahraga profesional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan perbandingan visual, ketiga logo tersebut memiliki persamaan pada pokoknya (*similarity in essential elements*), yaitu penggunaan kepala singa sebagai elemen dominan, kombinasi warna biru-merah-putih, serta komposisi visual yang secara langsung diasosiasikan publik dengan Arema. Dalam perspektif hukum merek, unsur persamaan pada pokoknya merupakan faktor penting untuk menilai adanya hubungan identitas antara suatu logo dengan merek yang telah dikenal sebelumnya sebagaimana diatur dalam Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dari perspektif etika bisnis, logo tersebut tidak dapat dipandang hanya sebagai gambar atau aset visual biasa. Logo Arema merupakan representasi identitas kolektif yang dibangun melalui sejarah organisasi, loyalitas suporter, dan reputasi klub selama puluhan tahun. Oleh karena itu, apabila terdapat pihak yang mendaftarkan logo tersebut atas nama pribadi tanpa legitimasi organisasi, maka tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk privatisasi aset kolektif yang bertentangan dengan prinsip integritas, kejujuran, dan tanggung jawab organisasi.

Dalam perspektif tata kelola organisasi, keberadaan logo dalam dokumen DJKI menunjukkan pentingnya pengelolaan aset intelektual secara profesional. Sengketa yang muncul bukan semata-mata akibat aspek hukum, tetapi juga mencerminkan kelemahan pengendalian internal, kurangnya perlindungan aset organisasi, dan tidak optimalnya manajemen hak kekayaan intelektual. Dengan demikian, kasus ini memperlihatkan bahwa perlindungan merek tidak hanya membutuhkan instrumen hukum, tetapi juga sistem tata kelola yang mampu menjamin bahwa aset organisasi tetap berada dalam penguasaan pihak yang sah dan digunakan untuk kepentingan organisasi, bukan kepentingan individual.

Tabel 1. Perbandingan Logo Arema Perspektif Hukum HKI, Etika Bisnis Tata Kelola

Aspek Analisis	Logo Resmi Klub	Logo Tanpa Teks	Logo pada Dokumen DJKI
Bentuk Visual	Memiliki elemen lengkap: tulisan AREMA, kepala singa, ornamen merah, dan tahun berdiri	Hanya menampilkan kepala singa dan ornamen utama tanpa identitas verbal	Menampilkan logo yang tercantum dalam dokumen pendaftaran resmi
Identitas Organisasi	Sangat kuat karena menunjukkan identitas klub secara utuh	Terbatas karena tidak mencantumkan nama klub	Kuat karena dikaitkan langsung dengan pemegang hak yang terdaftar
Fungsi Branding	Digunakan sebagai identitas resmi klub	Digunakan untuk kebutuhan visual, promosi, atau desain tertentu	Berfungsi sebagai bukti administratif dan legalitas merek

Aspek Analisis	Logo Resmi Klub	Logo Tanpa Teks	Logo pada Dokumen DJKI
Nilai Ekonomi	Tinggi karena menjadi aset komersial klub	Memiliki nilai komersial tetapi bergantung pada asosiasi publik terhadap klub	Menjadi dasar perlindungan hukum atas nilai ekonomi merek
Kekuatan Hukum	Bergantung pada status pendaftaran dan pemegang hak yang sah	Relatif lemah apabila berdiri sendiri tanpa identitas verbal	Sangat kuat karena menjadi bukti registrasi dan kepemilikan merek
Perspektif HKI	Objek perlindungan merek dan hak eksklusif	Berpotensi menimbulkan interpretasi mengenai persamaan pokok merek	Menjadi dasar pembuktian dalam sengketa merek
Perspektif Etika Bisnis	Merepresentasikan identitas kolektif klub dan supporter	Masih merepresentasikan identitas kolektif meskipun lebih sederhana	Menjadi kontroversial apabila pendaftaran dilakukan oleh pihak yang tidak berhak
Perspektif Tata Kelola	Harus dikelola oleh organisasi melalui mekanisme yang transparan	Perlu pengawasan penggunaan agar tidak disalahgunakan	Menunjukkan efektivitas atau kelemahan tata kelola dalam pengelolaan aset intelektual
Potensi Sengketa	Rendah jika kepemilikan jelas	Tinggi jika digunakan pihak lain karena kemiripan visual	Tinggi apabila pendaftaran dilakukan dengan itikad tidak baik (<i>bad faith registration</i>)
Implikasi Penelitian	Menjadi simbol identitas organisasi	Menunjukkan dimensi visual yang masih memiliki asosiasi kuat dengan klub	Menjadi fokus utama dalam analisis privatisasi logo dan sengketa kepemilikan

Analisa Logo



Gambar 2. Logo Resmi Arema Malang

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Logo_Arema_Malang.png



Gambar 3. Bad faith trademark registration

Sumber : dgip.go.id



Gambar 4. Logo Resmi Arema dalam dokumen resmi
Sumber : <https://x.com/AremaMalangID/status/1176800634772676608>

Fenomena pendaftaran logo klub sepak bola Arema oleh pihak yang tidak berhak menimbulkan implikasi multidimensional, meliputi aspek hukum, etika bisnis, dan tata kelola organisasi. Analisis perbandingan tiga versi logo — logo resmi klub, logo tanpa teks, dan logo yang tercantum dalam dokumen DJKI — memberikan dasar empiris untuk memahami kompleksitas kasus privatisasi logo dan bad faith trademark registration. Dari perspektif hukum HKI, perbandingan menunjukkan bahwa logo resmi klub dan logo yang terdaftar di DJKI memiliki kesamaan pokok yang jelas, termasuk kepala singa, kombinasi warna, dan komposisi visual yang unik. Kesamaan ini menjadi indikator sah bahwa klaim pendaftaran oleh pihak lain dapat dikategorikan sebagai pendaftaran dengan itikad tidak baik (bad faith registration), sebagaimana diatur dalam Pasal 21 ayat (3) UU Nomor 20 Tahun 2016. Selain itu, Pasal 20 dan 21 memberikan alasan absolut dan relatif untuk menolak pendaftaran, sementara Pasal 76 dan 77 memberikan hak bagi pihak yang berkepentingan untuk mengajukan gugatan pembatalan merek. Yas et al. (2024) menjelaskan bahwa perlindungan perdata terhadap merek bertujuan memberikan kepastian hukum kepada pemilik yang sah dan menyediakan mekanisme pemulihan apabila terjadi pelanggaran hak. Oleh karena itu, gugatan terhadap pendaftaran logo yang dilakukan dengan itikad tidak baik merupakan instrumen hukum yang penting untuk mengembalikan hak pemilik yang sebenarnya serta menjaga integritas sistem perlindungan kekayaan intelektual.

Logo yang dipersengketakan memiliki kesamaan visual yang signifikan dengan logo resmi klub, terutama pada penggunaan kepala singa, komposisi bentuk, dan identitas warna. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Alshowaish et al. (2022) yang menjelaskan bahwa kesamaan visual pada elemen inti suatu merek dapat diidentifikasi secara akurat menggunakan pendekatan *Convolutional Neural Network* (CNN), sehingga kemiripan bentuk, simbol, dan konfigurasi visual menjadi indikator penting dalam menentukan hubungan antara dua merek. Kasus pendaftaran logo oleh pihak individu berpotensi penyalahgunaan sistem merek untuk memperoleh keuntungan eksklusif atas aset yang memiliki nilai sosial dan ekonomi tinggi. Fenomena ini sejalan dengan temuan Castaldi (2023) yang menjelaskan bahwa praktik merek memiliki sisi terang berupa perlindungan inovasi dan reputasi perusahaan, namun juga memiliki sisi gelap ketika digunakan sebagai instrumen eksklusivitas yang tidak adil atau untuk menghambat pihak yang memiliki legitimasi lebih kuat terhadap suatu merek.

Logo klub sepak bola merupakan bagian dari aset intelektual yang memiliki nilai ekonomi dan strategis bagi organisasi. Hal ini diperkuat oleh penelitian Lyalkov et al. (2019) yang menyatakan bahwa merek bukan sekadar simbol pembeda, melainkan aset yang mampu menciptakan nilai ekonomi, legitimasi pasar, dan keunggulan kompetitif organisasi. Sejalan dengan penelitian (Sugiarto et al; 2026) yang menegaskan bahwa kualitas tata kelola, manajemen risiko, dan mekanisme audit berperan penting dalam mencegah

penyalahgunaan aset organisasi. Semakin kuat sistem pengawasan dan manajemen risiko yang diterapkan, semakin kecil peluang terjadinya pengambilalihan atau penyalahgunaan aset strategis, termasuk aset intelektual seperti merek dan logo organisasi. Logo diposisikan sebagai aset tidak berwujud yang memerlukan pengelolaan secara sistematis. Menurut Putra (2024), manajemen aset tidak hanya mencakup aset fisik, tetapi juga aset intelektual yang memiliki nilai ekonomi dan strategis bagi organisasi. Kegagalan dalam mengidentifikasi, melindungi, dan mengendalikan aset intelektual berpotensi menimbulkan kerugian finansial, konflik kepemilikan, dan penurunan reputasi organisasi serta memperkuat argumentasi bahwa perlindungan logo klub harus dilakukan secara holistik melalui pendekatan hukum, etika, dan tata kelola organisasi.

KESIMPULAN

Langkah privatisasi pendaftaran logo klub Arema merupakan fenomena multidimensional yang memerlukan pendekatan hukum, etika bisnis, dan tata kelola organisasi secara simultan. Analisis perbandingan logo resmi klub, logo tanpa teks, dan logo dalam dokumen DJKI menunjukkan bahwa kesamaan visual menjadi indikator kuat adanya potensi *bad faith trademark registration*. Secara hukum, logo yang terdaftar di DJKI menjadi bukti sah kepemilikan merek, sementara logo tanpa teks memiliki kekuatan legal yang lebih lemah. Secara etika bisnis, privatisasi logo melanggar prinsip integritas, kejujuran, dan tanggung jawab organisasi, serta berpotensi merusak kepercayaan publik. Sedangkan dari sisi tata kelola, Kelemahan pengawasan internal yang memungkinkan tindakan oportunistik, menekankan perlunya prosedur pendaftaran dan pengelolaan aset intelektual yang transparan, akuntabel, dan etis.

Saran membandingkan kasus pendaftaran logo klub lain di Indonesia, menilai efektivitas regulasi UU Merek No. 20 Tahun 2016 dan pedoman DJKI, serta mengeksplorasi penggunaan teknologi seperti *image recognition* atau *convolutional neural networks* mengidentifikasi kemiripan logo secara ilmiah. Penelitian juga dapat mengintegrasikan aspek etika bisnis dan tata kelola untuk merumuskan *framework* pencegahan privatisasi aset intelektual, serta menilai dampak sosial dari sengketa merek terhadap loyalitas suporter dan reputasi klub. Pendekatan multidisipliner ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi organisasi olahraga dalam melindungi aset intelektual mereka secara holistik, mencegah penyalahgunaan, dan memperkuat legitimasi hukum serta moral organisasi.

REFERENSI

- Abd Razak, S. S., & Razak, S. (2023). INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS FOR 3D BIOPRINTING IN MALAYSIA. *UUM Journal of Legal Studies*, 14(2), 709–733. <https://doi.org/10.32890/uumjls2023.14.2.12>
- Alshowaish, H., Al-Ohali, Y., & Al-Nafjan, A. (2022). Trademark Image Similarity Detection Using Convolutional Neural Network. *Applied Sciences*, 12(3), 1752. <https://doi.org/10.3390/app12031752>
- Agostini, L., Nosella, A., Lazzarotti, V., Manzini, R., & Pellegrini, L. (2017). Introduction to the Special Issue on Intellectual Property Management: an internal and external perspective. *Management Decision*, 55(6), 1082–1086. <https://doi.org/10.1108/md-05-2017-0501>
- Itanyi, N. (2018). Enforcing Intellectual Property Rights in Nigerian Courts. *Law and Development Review*, 11(2), 627–645. <https://doi.org/10.1515/ldr-2018-0032>
- Altawil, T. N., & Rahhal, A. (2025). Examining synergies between UAE corporate social responsibility laws and corporate governance frameworks. *Journal of Money*

- Laundering Control, 28(2), 369–384. <https://doi.org/10.1108/jmlc-03-2024-0053>
- Arum, E. D. P., Wijaya, R., Wahyudi, I., & Brilliant, A. B. (2023). Corporate Governance and Financial Statement Fraud during the COVID-19: Study of Companies under Special Monitoring in Indonesia. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(7), 318. <https://doi.org/10.3390/jrfm16070318>
- Castaldi, C. (2023). Off the mark? What we (should) know about the bright and dark sides of corporate trademark practices. *Industrial and Corporate Change*, 32(5), 1046–1062. <https://doi.org/10.1093/icc/dtad011>
- Juwaihan, M., Abu Issa, H., & Khater, M. N. (2025). The crime of counterfeiting or imitating a trademark under Jordanian trademarks law. *The Journal of World Intellectual Property*, 28(2), 589–611. <https://doi.org/10.1111/jwip.12346>
- Lyalkov, S., Carmona, M., Congregado, E., Millán, A., & Millán, J. M. (2019). Trademarks and their association with Kirznerian entrepreneurs. *Industry and Innovation*, 27(1–2), 155–183. <https://doi.org/10.1080/13662716.2019.1586523>
- Lestari, R. M. E., Zarkasyi, W., & Farida, I. (2020). THE INFLUENCE OF BIOLOGICAL ASSET ACCOUNTING POLICIES AND CORPORATE GOVERNANCE PRACTICES ON THE FINANCIAL PERFORMANCE: MODERATING ROLE OF KNOWLEDGE ABOUT RENEWABLE ENERGY. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(5), 615–622. <https://doi.org/10.32479/ijeep.10240>
- Maletič, D., Maletič, M., Al-Najjar, B., & Gomišček, B. (2020). An Analysis of Physical Asset Management Core Practices and Their Influence on Operational Performance. *Sustainability*, 12(21), 9097. <https://doi.org/10.3390/su12219097>
- Putra, I. L., Triesti, C., Puspitasari, P., & Oktora, Y. S. (2025). STRATEGIC COMPENSATION DESIGN AND MARKETING SUCCESS: AN EMPIRICAL STUDY OF FACILITATIVE EMPLOYEE ALLOWANCES. *Reviu Accounting, Business & Organizations*, 1(2), 155–167. <https://doi.org/10.64417/rabo.v1i2.0015>
- Putra, I. L. (2024). *Manajemen aset*. CV. Dewa Publishing.
- Senftleben, M. (2024). The Unproductive “Overconstitutionalization” of EU Copyright and Trademark Law – Fundamental Rights Rhetoric and Reality in CJEU Jurisprudence. *IIC - International Review of Intellectual Property and Competition Law*, 55(9), 1471–1514. <https://doi.org/10.1007/s40319-024-01527-8>
- Setiawan, N., Sabaruddin, L. O., & Soewarno, N. (2025). The moderating role of Islamic business ethics on Ponzi schemes in the Umrah industry: a fraud triangle theory perspective. *International Journal of Ethics and Systems*. <https://doi.org/10.1108/ijoes-05-2025-0256>
- Sugiarto, Indra Lukmana Putra, & Santi Widhiyanti. (2026). Smart Audit: The Role of AI, Risk Management, and Governance in Enhancing Audit Quality. *Gorontalo Accounting Journal*, 9(1), 62–77. <https://doi.org/10.32662/gaj.v9i1.4701>
- Tarjo, T., Anggono, A., Alim, M. N., Said, J., & Mohd-Sanusi, Z. (2024). Religiosity, ethical leadership and local wisdom in moderating the effect of fraud risk management on asset misappropriation: evidence from local government in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/jiabr-09-2022-0227>
- Yas, N., Abdurahim, H., & Njim, M. (2024). The civil protection of trademarks according to the UAE law. *Research Journal in Advanced Humanities*, 5(2). <https://doi.org/10.58256/safv7f55>