

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP TAMPILAN PRODUK (TRADE DRESS) DI INDONESIA

Oleh:

Harsa Wahyu Ramadhan¹, Hariyanto²

INTISARI

Ada dua tujuan mengapa penelitian ini dilakukan. Pertama, untuk memberikan gambaran mengenai perlindungan hukum tampilan produk (*trade dress*) sebagai tanda dalam bentuk tiga dimensi mengacu pada definisi merek dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UUM 20/2016). Kedua, untuk mengidentifikasi syarat yang harus dipenuhi tampilan produk agar dapat dilindungi sebagai merek berdasarkan UUM 20/2016.

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan undang-undang dan pendekatan konseptual. Cara pengumpulan data melalui studi dokumen terhadap bahan-bahan pustaka terutama peraturan perundang-undangan terkait merek dan literatur-literatur terkait perlindungan tampilan produk untuk kemudian dianalisis secara kualitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tampilan produk dapat dilindungi sebagai merek tiga dimensi mengacu pada definisi merek dalam UUM 20/2016 sepanjang ditafsirkan bahwa tampilan produk merupakan kombinasi dua unsur atau lebih dari tanda-tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka dan susunan warna dalam bentuk tiga dimensi berupa kemasan produk atau desain produk. Syarat-syarat yang harus dipenuhi suatu tampilan produk agar dapat dilindungi sebagai merek berdasarkan UUM 20/2016 yaitu, tampilan produk harus didaftarkan sebagai merek tiga dimensi untuk mendapatkan hak atas merek. Syarat daya pembeda dan syarat nonfungsional merupakan syarat fundamental dalam perlindungan tampilan produk. UUM 20/2016 telah mengatur syarat daya, namun belum mengatur syarat nonfungsional. Pengaturan syarat nonfungsional perlu diatur dalam UUM 20/2016 untuk menghindari tumpang tindih antara hukum merek, hukum paten dan hukum desain industri.

Kata Kunci: Tampilan Produk, Merek, Merek Tiga Dimensi.

¹ Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada.

² Dosen Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada.

LEGAL PROTECTION OF *TRADE DRESS* IN INDONESIA

By:

Harsa Wahyu Ramadhan¹, Hariyanto²

ABSTRACT

There are two purposes why this research is conducted. Firstly, to provide an overview of legal protection of trade dress as a three-dimensional sign referring to the mark definition in Law of the Republic of Indonesia concerning Trademark and Geographical Indications (UUM 20/2016). Secondly, to identify the requirements to be met by trade dress to be protected as a trademark under UUM 20/2016.

This research is a library research based on statutory approach and conceptual approach. The process of data collecting through document study on library materials towards Indonesian trademark law and literatures that discuss trade dress protection then to be analyzed qualitatively.

The results of this research shows that trade dress can be protected as a three-dimensional mark refers to the definition of the mark in UUM 20/2016 as long as interpreted that trade dress is a combination of two or more elements of the signs of images, logos, names, words, letters, numbers and the arrangement of colors in the form of three-dimensional form of product packaging or product design. Requirements to be met by a trade dress to be protected as a trademark under UUM 20/2016 are the trade dress must be registered as a three-dimensional mark to acquire trademark right. Distinctiveness requirement and nonfunctionality requirement are a fundamental requirements in trade dress protection. UUM 20/2016 has regulated distinctiveness requirement but has not been regulated nonfunctional requirement. Nonfunctional requirement needs to be regulated in UUM 20/2016 to avoid the overlapping between trademark law, patent law and industrial design law.

Key Words: Trade Dress, Trademark, Three-Dimensional Mark.

¹ Student of Law Faculty of Universitas Gadjah Mada.

² Lecturer of Law Faculty of Universitas Gadjah Mada.