

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, Penulis dapat menyimpulkan yaitu Hukum positif Indonesia pada saat ini sudah memperbaharui mengenai Undang-Undang Merek yang sebelumnya diatur di dalam Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 kemudian diamandemen menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam Undang-Undang Merek yang baru tersebut, Indonesia menambahkan mengenai perlindungan terhadap objek merek dalam bentuk dua atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi. Sedangkan untuk Desain Industri, peraturan tersebut telah lebih dahulu mengatur mengenai bentuk dua atau tiga dimensi yang disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri. Hal ini menjadikan kedua peraturan tersebut melindungi / mengatur mengenai objek dua dan tiga dimensi, dimana ini membuat kedua peraturan tersebut menjadi berpotensi mengalami tumpang tindih karena tidak ada penjelasan lebih lanjut sejauh mana tiga dimensi yang dimaksud oleh masing-masing Undang-Undang. Untuk membantu pelaku usaha atau masyarakat dalam membedakan dan mengimplementasikan kedua peraturan ini, perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang paling tepat untuk tanda / objek bentuk tiga dimensi ini harus melihat kepada tujuan dari tanda tersebut. Jika tanda tersebut memenuhi syarat umum dalam pengaturan merek yang dimana merek menitikberatkan terhadap “daya pembeda” dengan barang lain dalam jenis merek yang sama atau memiliki kekhasan (*distinctiveness*) di mata konsumen, yang dimana konsumen dapat langsung mengidentifikasi sumber barang tersebut dan juga barang tersebut memiliki makna sekunder maka hal ini dapat dilindungi dalam perlindungan merek. Desain Industri memiliki pengaturannya sendiri dimana menitikberatkan terhadap “kesan estetis” suatu barang dan harus baru. Jika tanda dengan konfigurasi tiga dimensi memiliki tujuan untuk melindungi suatu desain tertentu agar terhindar dari penjiplakan oleh desainer lain, serta mengasah atau merangsang kreativitas pendesain untuk membuat karya yang baru maka dilindungi dalam desain industri.

#### **5.2 Saran**

Untuk perlindungan terhadap objek tiga dimensi tersebut, dalam UU Desain Industri dan UU Merek menurut Penulis sebaiknya ditambahkan penjelasan sejauh mana cangkupan mengenai tiga

dimensi diatur dalam masing-masing peraturan agar tidak terjadi kesalahpahaman di dalam masyarakat sebagai konsumen ataupun sebagai pelaku usaha yang ingin mendaftarkan produknya.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU & MODUL

- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM R.I. (2019). *Modul Kekayaan Intelektual Bidang Merek dan Indikasi Geografis*. DJKI.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (2020). *Modul Kekayaan Intelektual Desain Industri*. DJKI.
- Gautama, Sudargo. (1990). *Segi-segi Hak Milik Intelektual*. Bandung, Indonesia: Eresco.
- Jened, Rahmi. (2015). *Hukum Merk Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*. Jakarta, Indonesia: Prenadamedia Group.
- Saidin, H. Ok. (2013). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta, Indonesia: PT Raja Grafindo Persada.

### INTERNET

- Anon, (n.d.). *Test For Distinctiveness: How You Will Know If Trademarks Are Distinctive*. Diakses dari, [http://demo.manicdigital.com/trademark-law/Test\\_For\\_Distinctive.php](http://demo.manicdigital.com/trademark-law/Test_For_Distinctive.php)
- Anon. (n.d.). *Secondary Meaning Trademark: Everything You Want to Know*. Diakses dari <https://www.upcounsel.com/secondary-meaning-trademark>
- Barista Stephen Albainy-Jenei. (2010, Februari 16). Non-Traditional Trademarks. Diakses dari <http://www.patentbaristas.com/archives/2010/02/16/non-traditional-trademarks/>
- LP2STM Aceh, *Desain Industri*, <https://lp2stm.or.id/hki/desain-industri/#:~:text=Desain%20Industri%20awalnya%20berkembang%20pada,hanya%20dalam%20bentuk%20%20Dimensi>

### JURNAL

- International Trade Centre, WIPO. (2003). *Secrets of Intellectual Property: A Guide for Small & Medium Sized Exporters*. Geneva: WIPO.
- Nadeak, N. A., & Wauran, I. (2019). *Tumpang-Tindih Pengaturan Bentuk Tiga Dimensi Dalam Undang-Undang Merek Dan Undang-Undang Desain Industri*.
- Sugiarti, Yayuk. (2016). *Perlindungan Merek Bagi Pemegang Hak Merek Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek*. Jendela Hukum, Volume 3, Nomor 1.
- Xavier Nugraha & Ezra Tambunan. Analisis Yuridis Potensi *Overlapping* Antara Merek Tiga

Dimensi (Three Dimensional Marks) Dengan Desain Industri Dalam Hukum Kekayaan Intelektual. JIPRO, Vol.2. Tahun 2020.

Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM, Volume 26, Nomor 1: 21–43.  
<https://doi.org/10.20885/iustum.vol26.iss1.art2>

## **SKRIPSI**

Lestanto, B.S. (2011). *Konsep Perlindungan Merek Tiga Dimensi (Three-Dimensional Marks): Definisi, Perlindungan dan Penerapan Hukum* (Skripsi). Universitas Indonesia, Depok, Indonesia.

Rahayu, Sri. (2004). *Kriteria Syarat Subjektif Pendaftaran Desain Industri* (Skripsi). Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia.

## **PERATURAN-PERATURAN**

TRIPs Agreement (*Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*) Tahun 1994

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri