

# PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP TRADE DRESS DI INDONESIA

Oleh

Dr. Wahyu Sasongko, S.H., M.Hum.

E-mail: wahyusasonko@gmail.com

## Abstrak

*Praktik bisnis memerlukan perlindungan hukum, khususnya perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual (HKI) yang terdapat atau melekat pada komoditas yang bersangkutan. Persaingan bisnis telah mendorong munculnya trade dress sebagai suatu jenis HKI yang relatif baru. Setidaknya, bagi Indonesia yang hingga saat ini belum memiliki peraturan perundang-undangan yang secara khusus mengatur tentang trade dress. Padahal, dalam praktik bisnis sudah muncul trade dress dan bahkan dapat berpotensi menimbulkan sengketa bisnis. Dalam tulisan ini, diuraikan tentang pengertian trade dress sebagai kemasan dagang dan kemudian dikaji tentang perlindungan hukum trade dress ditinjau dari beberapa peraturan hukum di bidang HKI. Hukum merek di Indonesia belum mengatur tentang trade dress. Berkenaan dengan hal ini, maka trade dress dapat didaftarkan sebagai merek dengan cara mengkombinasikan unsur-unsur yang terdapat pada merek dan kemasan pada produk sebagai tanda yang membedakan dengan produk lain. Hukum desain industri pun dapat digunakan untuk memberikan perlindungan hukum terhadap trade dress. Kemasan suatu produk dapat berupa komposisi atau konfigurasi dari berbagai unsur yang berbentuk dua dimensi atau tiga dimensi dengan demikian trade dress dapat didaftarkan sebagai desain industri. Perlindungan hukum perdata secara umum dapat digunakan untuk melindungi trade dress yang tidak terdaftar, namun digunakan dalam praktik bisnis. Ketentuan tentang perbuatan melawan hukum (onrechtmatigedaad) sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dapat digunakan sebagai dasar peraturan.*

Kata Kunci: Trade dress, Merek, Desain Industri.

## A. Pendahuluan

Transaksi bisnis yang terjadi pada era globalisasi dewasa ini telah mendorong terjadinya persaingan yang semakin ketat antarpelaku usaha. Temuan teknologi telah mempercepat proses industrialisasi. Barang-barang yang diproduksi oleh negara maju dapat diproduksi oleh negara-negara berkembang. Barang-barang dan alat-alat elektronik yang dibuat di Eropa dan Amerika Serikat (AS) sudah mampu diproduksi di Indonesia, karena perusahaan multi nasional menginvestasikan modalnya. Tidaklah heran, apabila komoditas atau barang-barang yang diperdagangkan semakin beragam jenisnya dan semakin banyak jumlahnya.

Setiap bisnis atau perdagangan niscaya terkait dengan aspek-aspek hak kekayaan intelektual (HKI). Bidang atau rezim HKI yang relevan dengan industri dan perdagangan adalah merek. Fungsi utama merek dalam bisnis, yaitu sebagai tanda pembeda suatu barang dengan barang lainnya. Pertumbuhan dan perkembangan merek berkorelasi positif dengan tren bisnis. Beragam merek bermunculan searah dengan menjamurnya barang sehingga para perancang merek memperluas konsep tentang tanda yang dapat digunakan sebagai merek. Mulai dari tanda berupa gambar hingga tanda yang tak nampak digunakan sebagai merek.

Motivasi utama munculnya beragam tanda yang digunakan sebagai merek, tidak lain untuk menciptakan kesan (*image*) dan citra yang khas, unik, dan spesifik pada produk yang dilekatkan tanda tersebut. Berkenaan dengan hal ini, muncul *trade dress* sebagai cara yang relatif baru untuk melindungi tren bisnis tertentu dari persaingan bisnis yang semakin ketat. *Trade dress* di beberapa negara maju sudah diakui dan dilindungi oleh peraturan hukum dan untuk itu pemilik *trade dress* dapat mendaftarkan atau memilih untuk tidak mendaftarkan.

Perlindungan hukum *trade dress* di luar negeri, seperti AS, Inggris, dan Australia, diatur dalam beberapa peraturan. Sedangkan, Indonesia belum diatur. Meskipun demikian, tidak tertutup kemungkinan, *trade dress* sudah digunakan dalam praktik bisnis di Indonesia, namun karena belum ada pengaturan secara khusus, maka *trade dress* diperlakukan sebagai merek barang atau jasa. Dalam praktik bisnis, *trade dress* digunakan untuk barang dan jasa, termasuk teknik dan kiat bisnis yang dirancang secara lengkap dengan cakupan yang luas. Dengan demikian, perlindungan hukumnya disesuaikan dengan bidang hukum yang terkait.

## B. Trade Dress sebagai Kemasan Dagang

Awalnya, istilah *trade dress* digunakan untuk produk yang akan dipasarkan. Suatu produk yang akan dijual harus “berhias” atau “berdandan”

sehingga produk itu diberi "pakaian". Maksudnya, produk itu dikemas dengan diberi nama (*label*) dan diberi ciri khusus atau khas seperti warna, bentuk, dan ukuran.

Sekarang, *trade dress* digunakan sebagai teknik penjualan tertentu sebagai suatu totalitas. Sejak dari pemilihan bahan untuk pengemasan (*packaging*) hingga pemasaran. Ketika produk tersebut diluncurkan (*launched*), diselenggarakan suatu acara yang mengundang beberapa tokoh dan masyarakat dengan menampilkan hiburan. Acara tersebut ditayangkan di media elektronik dan media cetak. Misal, peluncuran mobil dengan merek dan jenis (*type*) tertentu. Hal ini bertujuan untuk memberi identitas dan ciri pada suatu produk agar dapat menarik perhatian konsumen. Seluruh rangkaian kegiatan itu pada akhirnya adalah untuk dapat memenangkan persaingan bisnis.

Berdasarkan pengertian tersebut, Robert B. Golden mengartikan *trade dress*: *as a product's "total image" or "overall appearance" and "may include features such as size, shape, color or color combinations, texture, graphics or even certain sales techniques."*<sup>1</sup> Selanjutnya, dinyatakan: *Trade dress is a complex composite of features...Thus, a party may claim protection for a unique combination of features, even though all of the features, individually, may have been used previously by others.*<sup>2</sup>

Istilah *trade dress* dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai kemasan dagang yang mencakup keseluruhan kesan atau penampilan secara keseluruhan yang terdiri dari berbagai unsur sebagai ciri khas suatu produk, seperti ukuran, bentuk, warna atau kombinasinya, tekstur, dan termasuk teknik penjualannya. Jadi, kemasan dagang (*trade dress*) harus dipandang sebagai suatu keseluruhan (*whole*). Meskipun, ada kemungkinan salah satu unsur dari kemasan dagang itu ada kemiripan dengan merek barang atau jasa dari perusahaan lain. Gabungan unsur-unsur secara keseluruhan dan bersama-sama atau tidak terpisah merupakan syarat utama dari *trade dress*.

Suatu kemasan dagang dalam arti sempit mencakup penampilan atau bentuk keseluruhan dari suatu produk yang mencakup: nama, desain kemasan (*package*) atau bungkus, isi kandungan, ukuran, dan ciri khas lain seperti warna, tekstur. Botol *Coca Cola* misalnya, memiliki desain dengan bentuk khusus dengan ukuran tertentu, dilekatkan merek berupa kombinasi huruf dan warna dengan rasa yang khas.<sup>3</sup> Sedangkan, dalam arti luas, kemasan dagang tidak hanya berbentuk kemasan tetapi juga mencakup kesatuan dari unsur-unsur yang digunakan dalam pemasaran bisnis.

<sup>1</sup> Robert B. Golden, "Trade Dress: The Forgotten Trademark Right," <<http://corporate.findlaw.com/intellectual-property/trade-dress-the-forgotten-trademark-right.html>>, diakses tanggal 19 Februari 2015.

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> Linda Stevens dan Mark S. Vanderbroek, *Protecting and Enforcing Trade Dress* (Paper of 32<sup>nd</sup> Annual Forum on Franchising, American Bar Association, October 14-16, 2009, Toronto, Ontario), hal. 1.

*Trade dress* digunakan untuk melindungi berbagai sektor bisnis, antara lain:

1. Restoran atau rumah makan, mendesain *interior* ruang makan bersuasana pesta dengan warna cerah, tembok atau dinding dilukis (*murals*). Desain *exterior* bangunan diberi lampu neon, dipasang tirai, dan payung. Keseluruhan desain itu diperlakukan sebagai *trade dress* restoran *Taco Cabana* yang ditiru oleh restoran lain, yaitu *Two Pesos*.
2. Pertunjukan bisnis (*trade shows* atau *showbis*) *Toy Fair* yang dikemas secara menyeluruh, mencakup: nama acara, waktu pelaksanaan, lokasi, penampilan, proses atau susunan acara, dan kegiatan atau aktivitas dalam setiap tahapan acara.<sup>4</sup>
3. Barang dengan desain dan penampilan untuk arloji merek *Gucci* berbentuk huruf "G" dan desain bentuk secara keseluruhan dari mobil merek *Ferrari Daytona Spyder*.<sup>5</sup>

Hingga saat ini, peraturan perundang-undangan yang mengatur secara khusus tentang *trade dress* di Indonesia belum ada. Padahal, praktik bisnis tidak dapat menunggu dibuatnya peraturan perundang-undangan. Berknaaan dengan hal ini, pemilik produk dapat menempuh jalur hukum sesuai dengan unsur-unsur yang terdapat pada *trade dress* untuk didaftarkan menurut bidang hukum yang terkait dengan unsur-unsur dalam *trade dress*.

## C. Perlindungan Trade Dress dengan Hukum Merek

*Trade dress* berkaitan erat dengan merek. Pengertian merek menurut ketentuan Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (UUM),<sup>6</sup> yaitu: *tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa*. Tanda yang digunakan sebagai merek mencakup unsur-unsur yang beragam dan luas seperti gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

Di luar negeri, unsur-unsur itu telah berkembang, gambar misalnya, sudah berkembang dalam bentuk tanda tiga dimensi (*three-dimensional signs*), seperti gambar bintang berbentuk tiga dimensi untuk merek mobil *Mercedes*. Selain itu, tanda yang tidak terlihat juga dapat digunakan sebagai merek. Suara (*sound*) digunakan sebagai merek. Misal, *jingle* musik atau nada lagu tertentu digunakan untuk merek perusahaan radio (*broadcasting company*) atau suara

<sup>4</sup> Golden, *Op. Cit.*

<sup>5</sup> Stevens dan Vanderbroek. *Op. Cit.*, hal. 2.

<sup>6</sup> Diundangkan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 110, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4131.

raungan (*voir*) Singa untuk perusahaan film *Metro-Goldwyn-Mayer* (MGM). Demikian pula dengan bau (*smell*) atau aroma dan citarasa (*taste*) digunakan untuk membedakan merek parfum atau minyak wangi, tetapi bau yang menjadi esensi ramuannya tidak dapat didaftarkan sebagai merek.<sup>7</sup>

Di Australia, menurut ketentuan *Section 6 of the Trade Marks Act 1995*, suatu tanda (*a sign*) meliputi: *any letter, word, name, signature, numeral, device, brand, heading, label, ticket, aspect of packaging, shape, colour, sound or scent*.<sup>8</sup> Dalam rumusan tersebut menyebut aspek pengemasan termasuk dalam pengertian tanda yang dapat digunakan sebagai merek. Begitu pun, di Inggris, menurut *Section 1 (1) of the Trade Marks Act 1994: A trade mark may, in particular, consist of words (including personal names), designs, letters, numerals or the shape of goods or their packaging*.<sup>9</sup> Pada bagian akhir disebut kata *packaging*, berarti pengemasan merupakan merek dagang. Berdasarkan pengertian itu, dapat dipahami bahwa di Australia dan Inggris, ketentuan tentang merek dagang dapat digunakan untuk melindungi *trade dress*.

Di Amerika Serikat, perlindungan hukum terhadap *trade dress* juga menggunakan UUM, yaitu *Trademark Act 1946*, lebih dikenal dengan sebutan *the Lanham Act*. Menurut Stevens dan Vanderbroek, perlindungan hukum *trade dress* dapat melalui pendaftaran (*registered*) atau tidak (*unregistered*): *The federal statutory framework for protection of trade dress and trademarks – the Lanham Act, 15 U.S.C. § 1051 et seq. – is the same. Trade dress may be registered with the PTO under Sections 2 (products) and 3 (services) of the Lanham Act, in the same way that word and logo marks can be registered. Id., §§ 1052, 1053. Unregistered trade dress is protected under Section 43(a) of the Lanham Act in much the same way that unregistered marks are*.<sup>10</sup> Sistem hukum AS, menganut sistem *common law* didasarkan pada kasus hukum (*case law*) sehingga *trade dress* berkembang melalui kasus atau perkara hukum di pengadilan.

Meskipun *trade dress* berkaitan dengan merek, namun keduanya memiliki perbedaan. Ketentuan UUM mengartikan merek adalah tanda yang merupakan unsur-unsur yang dalam praktiknya telah berkembang dengan luas, mulai dari gambar, nama, huruf hingga bunyi dan bau. Sedangkan, *trade dress* mencakup keseluruhan dari unsur-unsur yang terdapat pada suatu produk, termasuk merek; kemasan, desain bentuk, dan bahkan teknik penjualan juga ikut.

<sup>7</sup> Jeremy Phillips dan Alison Firth, *Introduction to Intellectual Property Law*, 4<sup>th</sup> Edition (London: Butterworths, 2001), hal. 311.

<sup>8</sup> Jill McKough dan Andrew Stewart, *Intellectual Property in Australia*, 2<sup>nd</sup> Edition (Sydney: Butterworths, 1997), hal. 421.

<sup>9</sup> Phillips dan Firth, *Op. Cit.*, hal. 310.

<sup>10</sup> Stevens dan Vanderbroek, *Op. Cit.*, hal. 4.

Pengertian merek di Indonesia sebagaimana diatur dalam UUM 15/2001, tidak menyebut secara tersurat (*explicitly*) tentang kemasan. Berbeda dengan UUM di Inggris dan Australia yang dengan tegas menyebut aspek kemasan. Dengan demikian, dapat dikatakan ada kekosongan hukum (*reicht vacuum*) karena UUM 15/2001 tidak mengatur tentang kemasan dagang atau *trade dress*.

Ketiadaan peraturan tentang *trade dress* dapat mendorong terjadinya sengketa hukum. Misal, sengketa antara merek OREO melawan merek RODEO. Merek OREO terdaftar di Kantor Merek. Merek RODEO didaftarkan dengan menggunakan huruf balok (*block letter*). Ketika dipasarkan atau dijual, kemasan dan bentuk huruf pada merek RODEO dibuat mirip dengan merek OREO. Hal ini berpotensi atau dapat menyesatkan dan membingungkan konsumen. Padahal, kedua produk itu berbeda dan berasal dari perusahaan yang berbeda pula.<sup>11</sup>

Perlindungan hukum terhadap *trade dress*, dapat disiasati dengan melakukan kombinasi unsur-unsur merek dengan bentuk kemasan atau terpisah.<sup>12</sup> Merek merupakan salah satu unsur dalam *trade dress*, maka tanda yang digunakan sebagai merek pada kemasan produk dapat didaftarkan menurut ketentuan UUM 15/2001. Perlindungan hukum atas merek berlangsung selama 10 tahun dan dapat diperpanjang. Bentuk kemasan dari produk dapat didaftarkan menurut ketentuan desain industri.

#### D. Perlindungan Trade Dress dengan Hukum Desain Industri

Sebagaimana telah diuraikan di atas, bahwa *trade dress* atau kemasan dagang meliputi desain atau rancangan bentuk dari produk atau sektor bisnis tertentu. Penyebutan kata desain secara tegas menunjukkan adanya keterkaitan antara *trade dress* dan desain industri, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri (UUDI).<sup>13</sup> Arti desain industri menurut Pasal 1 Angka 1 UUDI 31/2000: *suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan.*

<sup>11</sup> Amalia Roosseno, "Aspek Hukum tentang Merek," *Prosiding Lokakarya Hak Kekayaan Intelektual dan Perkembangannya*, disusun oleh Emmy Yuhassarie (ed.) (Jakarta: Pusat Pengkajian Hukum, 2005), hal. 224.

<sup>12</sup> *Ibid.*, hal. 223.

<sup>13</sup> Diundangkan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 243, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4045.

Kata-kata yang sengaja dicetak tebal, untuk menunjukkan adanya kaitan dengan pengertian *trade dress* yang telah diuraikan di atas. Suatu kemasan produk dirancang secara menyeluruh yang terdiri dari unsur-unsur: bentuk, ukuran, warna, kemasan atau bungkus, tanda yang digunakan sebagai merek yang dapat berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, dan susunan warna. Berarti, ruang lingkup atau cakupan *trade dress* sangat erat berkaitan dengan desain industri. Penampilan dari bentuk dan konfigurasi atau susunan warna dan hiasan-hiasan yang terdapat pada kemasan barang masuk dalam kategori desain industri.

Desain produk termasuk desain bentuk kemasan yang merupakan unsur dari *trade dress* dapat didaftarkan menurut ketentuan peraturan UUDI 31/2000 dan menurut ketentuan Pasal 5 UUDI 31/2000 masa perlindungan hukum desain industri selama 10 tahun. Dengan demikian, perlindungan *trade dress* di Indonesia, merupakan kombinasi atau dipisah sesuai dengan cakupan bidang HKI. Unsur yang berkenaan dengan tanda dilindungi menurut hukum merek. Sedangkan, desain produk atau desain kemasan dilindungi menurut ketentuan hukum desain industri. Masa perlindungan keduanya, merek atau desain industri, adalah 10 tahun.

## E. Perlindungan Trade Dress dengan Hukum Perdata

Hukum perdata berpeluang atau berpotensi untuk melindungi *trade dress*. Dalam hal ini hukum perdata merupakan ketentuan umum (*general provision*), yang berlaku apabila tidak diatur dalam ketentuan khusus (*special provision*). Dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) atau *Burgerlyke Wetboek* S. 1847 No. 23, diatur tentang perbuatan melawan hukum (*onrechtmatigedaad*): *Setiap perbuatan melawan hukum dan menimbulkan kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut.*

Ketentuan pasal ini, pernah digunakan untuk menyelesaikan sengketa dalam perkara *Drukkers Arrest* tanggal 31 Januari 1919. Peristiwanya terjadi di kota Amsterdam, ada dua perusahaan percetakan yang satu milik Lindenbaum dan satunya milik Cohen. Dalam hal ini, Cohen membujuk karyawan dari Lindenbaum untuk **membocorkan informasi di kantornya** sehingga bisnis perusahaan Cohen maju. Sebaliknya, perusahaan milik Lindenbaum merugi. Lindenbaum mengetahui perbuatan curang dari Cohen dan untuk itu dia menggugatnya di pengadilan dengan menggunakan Pasal 1365 KUH Perdata. Akhirnya, *Hoge Raad* (Mahkamah Agung Belanda) memenangkan perkara itu.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Cetakan Pertama (Bandung: Binacipta, 1977), hal. 77-78.

Sengketa ini dapat dikategorikan sebagai sengketa HKI tentang rahasia dagang (*trade secret*).

Merujuk pada yurisprudensi tersebut, maka pemilik *trade dress* dapat menggunakan Pasal 1365 KUH Perdata untuk melindungi. Jadi, apabila seseorang menggunakan *trade dress* orang lain dapat digugat dengan menggunakan Pasal 1365 KUH Perdata. Meski demikian, tidaklah mudah untuk menerapkan ketentuan Pasal 1365 KUH Perdata. Pemilik *trade dress* harus membuktikan unsur-unsur yang terdapat dalam ketentuan perbuatan melawan hukum yang bersifat kumulatif di Pengadilan Negeri, bukan di Pengadilan Niaga karena pokok sengketanya bukanlah HKI melainkan perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata.

## F. Penutup

Globalisasi telah mendorong pertumbuhan bisnis dan perdagangan dengan pesat dan mendunia sehingga tren bisnis yang terjadi di luar negeri dapat terjadi di dalam negeri secara cepat. Interaksi dan transaksi bisnis dalam praktik tidak dapat menunggu dibuatnya suatu peraturan khusus oleh Pemerintah. Gejala munculnya *trade dress* relevan dengan situasi dan kondisi seperti itu.

*Trade dress* dapat diakui keberadaannya di negara dengan sistem hukum *common law* yang didasarkan pada kasus hukum yang diputus oleh hakim di pengadilan. Tidaklah heran, apabila *trade dress* berkembang di AS melalui putusan hakim pengadilan di negara bagian maupun federal. Hal ini untuk mengantisipasi praktik bisnis yang selalu mencari hal-hal yang baru (*innovative*) sebagai akibat persaingan bisnis yang ketat.

Meskipun perlindungan hukum *trade dress* di Indonesia belum diatur dalam peraturan perundang-undangan, namun dari peraturan hukum yang ada dapat digunakan untuk mengantisipasinya. Perlindungan hukum *trade dress* dapat dilakukan melalui HKI dengan menerapkan secara simultan ketentuan-ketentuan Hukum Merek, Hukum Desain Industri. Selain itu, ketentuan Hukum Perdata, *in casu* Pasal 1365 KUH Perdata juga dapat digunakan untuk menggugat pihak-pihak yang melanggar hak dari pemilik *trade dress*.

## Daftar Pustaka

- Golden, Robert B. "Trade Dress: The Forgotten Trademark Right," <<http://corporate.findlaw.com/intellectual-property/trade-dress-the-forgotten-trademark-right.html>>, diakses tanggal 19 Februari 2015.
- McKough, Jill dan Andrew Stewart. *Intellectual Property in Australia*, 2<sup>nd</sup> Edition. Sydney: Butterworths, 1997.
- Phillips, Jeremy dan Alison Firth. *Introduction to Intellectual Property Law*, 4<sup>th</sup> Edition. London: Butterworths, 2001.
- Rooseno, Amalia. "Aspek Hukum tentang Merek," *Prosiding Lokakarya Hak Kekayaan Intelektual dan Perkembangannya*. Disusun oleh Emmy Yuhassarie, ed. Jakarta: Pusat Pengkajian Hukum, 2005.
- Setiawan, R. *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Cetakan Pertama. Bandung: Binacipta, 1977.
- Stevens, Linda dan Mark S. Vanderbroek, *Protecting and Enforcing Trade Dress*. Paper of 32<sup>nd</sup> Annual Forum on Franchising, American Bar Association, October 14-16, 2009, Toronto, Ontario.

### Peraturan Perundang-undangan

- Burgerlijk Wetboek, Staatsblad* 1847 No. 23.
- US Trademark Act* 1946.
- England Trade Marks Act* 1994.
- Australia Trade Marks Act* 1995.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

\*\*\*



# **HUKUM PERDATA**

## **DALAM BERBAGAI**

### **PERSPEKTIF**



**Editor:**

**Dr. Wahyu Sasongko, S.H., M.Hum.**

**Dita Febrianto, S.H., M.Hum.**

**Depri Liber Sonata, S.H., M.H.**



**Harakindo**  
Publishing



# **HUKUM PERDATA DALAM BERBAGAI PERSPEKTIF**



## **Editor**

Dr. Wahyu Sasongko, S.H., M.Hum.

Dita Febrianto, S.H., M.Hum.

Depri Liber Sonata, S.H., M.H.

**Penerbit :**



**Harakindo Publishing**  
Bandar Lampung

## **HUKUM PERDATA DALAM BERBAGAI PERSPEKTIF**

ISBN : 978-602-1689-71-4

**Penulis:**

Dewi Septiana, Nilla Nargis, Aprilianti, Muhamad Zulfikar,  
Lindati Dwiatin, Wahyu Sasongko, Kingkin Wahyuningdiah,  
Nunung Rodliyah, Wati Rahmi Ria, Ratna Syamsiar,  
Kasmawati, Dita Febrianto, Depri Liber Sonata,  
Yennie Agustin, Rilda Murniati, Siti Nurhasanah,  
Selvia Oktaviana, Diane Eka Rusmawati

**Editor:**

Dr. Wahyu Sasongko, S.H., M.Hum.  
Dita Febrianto, S.H., M.Hum.  
Depri Liber Sonata, S.H., M.H.

**Desain Tata Letak:**

Denny Rasyid

Cetakan Pertama, April 2015

16 x 23 cm

**Diterbitkan Oleh :**



**Harakindo Publishing**

Anggota IKAPI - No. 004/LPU/2013

Jl. Sentot Alibasya No. 1 Kel. Korpri Jaya

Sukarame Bandar Lampung, 0721-772539

Email : cv.harakindo@gmail.com

Copyright © pada Penulis

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak isi buku ini dengan

cara apa pun tanpa izin tertulis dari Penulis

## KATA PENGANTAR

Hukum Perdata merupakan bidang atau cabang hukum yang paling tua di dunia. Jauh sebelum adanya negara, setiap orang sudah melakukan interaksi dan transaksi di segala bidang kehidupan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan hidup. Tidaklah heran, apabila hukum perdata memuat materi yang demikian luas dan beragam. Hal ini erat berkaitan dengan konsep Hukum Perdata yang mengatur hubungan antarindividu atau antarpersonal, dengan demikian substansinya berkenaan dengan kebutuhan dan kepentingan individual. Meski demikian, konsep ini telah berubah dan berkembang luas sehingga urusan keperdataan juga melibatkan masyarakat atau publik dan negara. Gejala ini sudah mendunia dan bahkan di negara-negara yang berpaham individualisme dan liberalisme pun, negara dan masyarakat ikut dalam pengaturan hubungan yang bersifat individual.

Schubungan dengan hal itu, signifikan untuk dilakukan pengkajian Hukum Perdata dalam berbagai perspektif. Studi tentang Hukum Perdata secara komprehensif, sesungguhnya merupakan tuntutan dan konsekuensi dari pertumbuhan dan perkembangan masyarakat. Apalagi Hukum Perdata Indonesia yang secara historis dan substantif meliputi tiga sistem hukum, yaitu Hukum Perdata Barat (*the Western Private Law*), Hukum Perdata Islam (*the Islamic Private Law*), dan Hukum Perdata Adat (*the Adat Private Law*). Hukum senantiasa berkembang dan lembaga peradilan pun bermunculan. Termasuk, Mahkamah Konstitusi yang dalam putusannya telah melakukan *review* substansi Hukum Keluarga.

Kehadiran buku ini dilandasi pemikiran semacam itu. Para penulis yang merupakan dosen Fakultas Hukum Universitas Lampung (FH Unila) yang tergabung dalam Jurusan atau Bagian Hukum Keperdataan mengkaji perkembangan Hukum Perdata dalam berbagai perspektif. Pada Bagian Hukum Keperdataan FH Unila terdapat lima kelompok dosen (*peer group*): Dasar-Dasar Ilmu Hukum, Hukum Perdata Barat, Hukum Ekonomi, Hukum Perdata Adat atau lazim disebut Hukum dan Masyarakat, dan Hukum Perdata Islam. Buku ini merupakan monografi atau himpunan tulisan tentang Hukum Perdata dari dosen-dosen yang tergabung dalam *peer group* Hukum Perdata. Pengelompokan tulisan dalam buku ini, meski tidak identik dengan pembagian *peer group*, namun merupakan representasi dari cabang-cabang hukum pada Hukum Perdata.

Penerbitan buku ini pada hakikatnya merupakan sarana pengayaan (*enrichment*) dan penyebaran (diseminasi) pengetahuan Hukum Perdata dalam perspektif akademik atau teoritik dan praktik. Diharapkan buku ini dapat bermanfaat bagi para ahli hukum (*lawyers*) dan juga bagi para mahasiswa hukum (*law students*). Kami mengakui bahwa masih ada kekurangan dan kelemahan dalam penulisan buku ini dan untuk itu saran yang konstruktif dapat disampaikan melalui *E-mail* kepada masing-masing penulis. Kami mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak yang telah membantu dalam penerbitan. Tidak lupa, kami pun mengucapkan terima kasih kepada Ibu Marindowati, S.H., M.H. dan ibu Rosida, S.H. atas kontribusinya dalam pengembangan ilmu pengetahuan Hukum Perdata, semoga Allah SWT memberi pahala yang setimpal atas darma bakti yang telah disumbangkan.

Bandar Lampung, April 2015

Editor

Dr. Wahyu Sasongko, S.H., M.Hum.

Dita Febrianto, S.H., M.Hum.

Depri Liber Sonata, S.H., M.H.

# DAFTAR ISI

|                      |     |
|----------------------|-----|
| Kata Pengantar ..... | i   |
| Daftar Isi .....     | iii |

## Bagian Pertama

### Hukum Perdata dalam Perspektif Hukum Keluarga dan Pewarisan

|   |    |
|---|----|
| 1.1 Status Bayi Tabung Berdasarkan Hukum Islam<br>Oleh Dewi Septiana, S.H., M.H. ....   | 1  |
| 1.2 Kekerasan dalam Rumah Tangga sebagai Salah Satu Faktor Penyebab<br>Perceraian di Bandar Lampung<br>Oleh Nilla Nargis, S.H., M.Hum. .... | 10 |
| 1.3 Pewarisan Anak Luar Kawin Menurut Kitab Undang-Undang Hukum<br>Perdata<br>Oleh Aprilianti, S.H. M.H. ....                               | 24 |

## Bagian Kedua

### Hukum Perdata dalam Perspektif Hukum Kekayaan Intelektual

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Tinjauan Yuridis Wakaf Hak Kekayaan Intelektual Berupa Hak Cipta<br>Menurut Hukum Islam (Studi Pasal 16 Undang-Undang Nomor 41<br>Tahun 2004 tentang Wakaf)<br>Oleh Mubamad Zulfikar, S.H., M.H. .... | 43 |
|---|----|

|   |    |
|---|----|
| 2.2 Pembatalan Merek Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek<br><i>Oleh Lindati Dwiatin, S.H., M.Hum.</i> ..... | 62 |
| 2.3 Perlindungan Hukum terhadap <i>Trade Dress</i> di Indonesia<br><i>Oleh Dr. Wahyu Sasongko, S.H., M.Hum.</i> .....                         | 74 |

### Bagian Ketiga

#### Hukum Perdata dalam Perspektif Hukum Ekonomi dan Perbankan

|   |     |
|---|-----|
| 3.1 Pembangunan Hukum Ekonomi dalam Rangka Integrasi Ekonomi Nasional Menuju Sistem Global<br><i>Oleh Kingkin Wabyuningdiab, S.H., M.Hum.</i> .....   | 83  |
| 3.2 Pelaksanaan Pembiayaan <i>Murabahah</i> Berdasarkan Prinsip Ekonomi Syariah<br><i>Oleh Dr. Nunung Rodliyah, M.A.</i> .....  | 105 |
| 3.3 Eksistensi Prinsip Hukum Ekonomi Islam terhadap Aplikasi Produk Bank Syariah Setelah Disahkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah<br><i>Oleh Wati Rahmi Ria, S.H., M.H.</i> ..... | 127 |
| 3.4 Signifikansi dan Relevansi Keterbukaan Informasi Lembaga Perbankan Menurut Regulasinya<br><i>Oleh Ratna Syamsiar, S.H., M.Hum.</i> .....  | 142 |

### Bagian Keempat

#### Hukum Perdata dalam Perspektif Hukum Perseroan, Investasi, dan Bisnis

|   |     |
|---|-----|
| 4.1 Akuisisi Perseroan Terbatas Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007<br><i>Oleh Kasmawati, S.H., M.Hum.</i> .....                          | 153 |
| 4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penanaman Modal Asing dalam Rangka Investasi di Indonesia<br><i>Oleh Dita Febrianto, S.H., M.Hum.</i> ..... | 166 |

|  |     |
|--|-----|
| 4.3 Hubungan Hukum Kontraktual pada Pengelolaan Reksa Dana Kontrak Investasi Kolektif di Indonesia<br><i>Oleh Depri Liber Sonata, S.H., M.H.</i> .....             | 184 |
| 4.4 Sistem Waralaba sebagai Salah Satu Model Pengembangan Bisnis bagi Usaha Kecil<br><i>Oleh Yennie Agustin M.R., S.H., M.H.</i> .....                             | 201 |
| 4.5 Pasar Bersangkutan ( <i>Relevant Market</i> ) sebagai Alat Ukur dalam Penetapan Pelanggaran Hukum Persaingan<br><i>Oleh Rilda Murniati, S.H., M.Hum.</i> ..... | 217 |
| 4.6 Tanggung Jawab PT Kereta Api Indonesia (Persero) atas Keselamatan Pengguna Jasa<br><i>Oleh Siti Nurhasanah, S.H., M.H.</i> .....                               | 234 |
| 4.7 Perlindungan Hukum terhadap Pemegang Kartu Kredit di Indonesia<br><i>Oleh Selvia Oktaviana, S.H., M.H.</i> .....   | 247 |
| 4.8 Pilihan Hukum dan Model Penyelesaian Sengketa Hukum Teknologi Informasi<br><i>Oleh Diane Eka Rusmawati, S.H., M.Hum.</i> .....                                 | 264 |
| Biodata Penulis .....  | 274 |

\*\*\*