

**ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP WARNA YANG
DIAKUI SEBAGAI MEREK DAGANG DALAM HUKUM
INTERNASIONAL DAN HUKUM NASIONAL INDONESIA**
*ANALYSIS OF THE LEGAL PROTECTION OF COLOR RECOGNIZED AS
TRADEMARKS IN INTERNATIONAL LAW AND INDONESIAN LAW*

Joy Daniel Tarigan, Jelly Leviza dan Fajar Khaify Rizky

Magister Kenotariatan, Universitas Sumatera Utara

Korespondensi Penulis : joydaniel003@gmail.com, jelly_lev@yahoo.co.id,
fajarkhaifirizki89@gmail.com.

Citation Structure Recommendation :

Tarigan, Joy Daniel, Jelly Leviza, Fajar Khaify Rizky. *Analisis Perlindungan Hukum terhadap Warna yang Diakui sebagai Merek Dagang dalam Hukum Internasional dan Hukum Nasional Indonesia*. Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.6. No.4 (2025).

ABSTRAK

Perlindungan warna sebagai merek dagang menghadapi tantangan harmonisasi hukum antara standar internasional dan nasional. Perjanjian TRIPS mengakui kombinasi warna dengan syarat daya pembeda melalui *secondary meaning* dan sifat nonfungsional, di mana negara maju seperti Amerika Serikat dan Australia bahkan melindungi warna tunggal seperti dalam kasus *Louboutin v. YSL*. Namun, Indonesia melalui UU No. 20 Tahun 2016 hanya mengakui "susunan warna" yang ditafsirkan sebagai kombinasi, menghambat pendaftaran warna tunggal. Kendala utama meliputi ketiadaan pedoman teknis pembuktian *secondary meaning*, standar representasi warna yang tidak presisi, diskresi pemeriksa tinggi, dan minimnya yurisprudensi. Hal ini menciptakan kekosongan hukum dan ketidakpastian bagi pelaku usaha, sehingga diperlukan reformasi regulasi untuk mengakui pendaftaran warna tunggal dan kombinasi guna memberikan kepastian hukum sekaligus menyelaraskan dengan praktik internasional terbaik.

Kata Kunci: Hukum Internasional, Hukum Nasional Indonesia, Merek Dagang, Perlindungan Warna

ABSTRACT

*Color protection as trademark faces harmonization challenges between international and national legal standards. The TRIPS Agreement recognizes color combinations with requirements of distinctiveness through secondary meaning and non-functionality, where developed countries like the United States and Australia even protect single colors as demonstrated in cases like *Louboutin v. YSL*. However, Indonesia through Law No. 20 of 2016 only recognizes "color arrangements" interpreted as combinations, hindering single color registration. Main obstacles include absence of technical guidelines for proving secondary meaning, imprecise color representation standards, high examiner discretion, and minimal jurisprudence. This creates legal vacuum and uncertainty for businesses, necessitating regulatory reform to recognize both single and combination color registration to provide legal certainty while aligning with international best practices.*

Keywords: Color Protection, Indonesian Law, International Law, Trademark

A. PENDAHULUAN

Perkembangan persoalan hak kekayaan intelektual menjadi penting untuk dibicarakan baik dalam level hukum internasional maupun hukum Indonesia karena Indonesia telah meratifikasi *Agreement on Establishing the World Trade Organization* (WTO) atau perjanjian pembentukan WTO pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994. Konsekuensi atau akibat hukum dari meratifikasi perjanjian pembentukan WTO tersebut Indonesia terikat dengan semua kesepakatan dibawah WTO termasuk kesepakatan dibidang Hak Kekayaan Intelektual yang bernama *The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS).

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau *Intellectual Property Rights* (IPR) digolongkan sebagai hak milik individual, yaitu hak kebendaan yang tidak berwujud (*intangible rights*). Berkaitan dengan HKI, istilah yang digunakan di Indonesia saat ini adalah “Kekayaan Intelektual (KI).” Singkatan HKI tidak lagi dipergunakan, namun lebih mengacu pada “KI” karena mengikuti istilah yang mayoritas di terapkan di negara-negara lain.¹

Konsep perlindungan dari KI ini berakar dari negara-negara maju yang berasal dari negara barat. Negara yang pertama kali memiliki Undang-Undang KI adalah Italia, Venice, yaitu pada tahun 1470 penemu (inventor) seperti Caxton, Galileo, Guttenberg, mereka memiliki hak monopoli berupa hak paten atas temuan- temuannya. Inggris memiliki hukum paten, yaitu *Statute of Monopolies* (1623). Sementara itu, di Amerika sudah memiliki Undang-Undang Paten sejak tahun 1791.² Setelah dimilikinya perundang-undangan tentang kekayaan intelektual di beberapa negara sebagaimana disebutkan di atas, dalam dimensi internasional kemudian dikenal berbagai Konvensi (*Convention*) yang mengatur kekayaan intelektual yaitu: yang berkaitan dengan Industrial Rights (Paten, Merek dan Desain Industri) pada awalnya diatur melalui Paris Convention 1883, kemudian untuk Hak Cipta (*Copyright*) diatur melalui Berne Convention 1886, suatu Konvensi yang tertua dibidang *Copyright*.³

¹ Abdul Atsar, *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Deepublish, Yogyakarta, 2018, p.31.

² Muhammad Djumhana dan R. Djubaidillah, *Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2013, p.519.

³ *Ibid.*

Berbagai Konvensi Internasional di bidang HKI diantaranya sebagai berikut: Berne Convention, *Universal Copyright Convention* (UCC), *Convention Establishing The World Intellectual Property Organization* (WIPO), *Patent Cooperation Treaty* (PCT), *The Hague Agreement Concerning The International Deposit of Industrial Designs*, *Paris Convention*, dan *TRIPS-WTO Agreement*.⁴ Dalam perkembangannya, kemudian *TRIPS Agreement*, yaitu Annex 1C dari (WTO) dipandang sebagai perjanjian internasional di bidang Kekayaan Intelektual yang paling komprehensif, yang sekaligus mengatur *Industrial Rights* maupun *Copyright*. Perjanjian TRIPS secara tegas mengatur bahwa seluruh negara anggota wajib mentaati dan melaksanakan standard-standard universal TRIPS secara *full compliance* dalam melindungi KI, termasuk di dalamnya negara Indonesia. Dewasa ini sebagian besar negara-negara di dunia menjadi negara anggota WTO, hingga bulan Juli 2016 sebanyak 164 negara terdaftar sebagai anggota WTO, Indonesia terdaftar sebagai negara anggota WTO pada 1 Januari 1995, China pada tahun 2001 dan Afghanistan masuk menjadi anggotaWTO pada tanggal 29 Juli 2016.⁵

The Agreement on Trade-Related Aspect of Intellectual Property Rights (TRIPS) atau yang lebih dikenal dengan sebutan *TRIPS Agreement*, sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya merupakan Annex 1C dari *The World Trade Organization* (WTO *Agreement*) adalah salah satu perjanjian multilateral terpenting berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual. Perjanjian internasional ini mulai berlaku 1 Januari 1995. Indonesia sebagai salah satu negaranya telah meratifikasi dan berkewajiban melaksanakan dan berlaku di Indonesia sejak tahun 2005.⁶ Indonesia meratifikasi TRIPS melalui Undang-Undang Nomor 7 tahun 1994, dan sebagai konsekuensi keikutsertaannya, maka Indonesia berkewajiban mengharmoniskan sistem hukum KI sesuai dengan syarat-syarat yang ditetapkan TRIPS.⁷

⁴ Peggy Chaudhry dan Alan Zimmerman, *Protecting Your Intellectual Property Rights*, Spinger, Amerika Serikat, 2017, p.165.

⁵ Kurnia, *Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIPS*, PT Alumni, Bandung, 2011, p.4-5.

⁶ *Ibid.*

⁷ Kurnia, *Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIPS*, p.4-5.

Dalam *Article 15 (1) TRIPS*, merek dagang adalah:

*“Any sign, capable of distinguishing the products or service of one undertaking from those of other undertakings. Such signs, in particular words including personal names, letters, numerals, figurative elements and combinations of colors as well as many combinations of such signs.”*⁸

Dalam *Article 15 (1) TRIPS*, merek dagang adalah:

TRIPS adalah Annex IC oleh *Agreement Establishing the World Trade Organization (WTO)*. Disebut sebagai dokumen hukum internasional pada akhir abad ke-20 karena hasil pustaka para negara-negara untuk menciptakan iklim perdagangan internasional yang mumpuni sebagai harapan menuju yang lebih baik setelah berakhirnya Perang Dunia Ke-II.⁹

Tujuan umum perjanjian TRIPS adalah:

1. Mengurangi penyimpangan dan hambatan-hambatan dalam perdagangan internasional.
2. Promosi lebih efektif tentang perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.
3. Mempromosikan/mendorong inovasi teknologi.
4. Menyediakan keseimbangan antara hak dan kewajiban antar produsen dengan pemakai.¹⁰

TRIPS lahir untuk negara-negara yang termasuk dalam anggota WTO, baik negara-negara maju maupun negara-negara berkembang untuk memberikan perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual dengan memberikan perlindungan serta menjadi norma berperilaku dalam ranag internasional seiring berkembangnya zaman menuju pemulihan setelah Perang Dunia ke-II.

Dalam Artikel 8 TRIPS, terdapat prinsip-prinsip agar terciptanya “*new rules and diciplines*”, yaitu:

1. Mengenai pemberlakuan prinsip-prinsip dasar *General Agreement on Tariff and Trade (GATT)* 1994 dan perjanjian internasional lainnya.
2. Yang mengandung standar dan prinsip-prinsip yang sepadan berkenaan dengan ketersediaan, lingkungan dan suatu penggunaan atas Hak Kekayaan Intelektual yang berkaitan dengan perdagangan.

⁸ Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, *Article 15 Sub Article 1*.

⁹ Denny Felano, *Kajian Yuridis atas Kemenangan Merek Lokal Serupa terhadap Merek Terkenal Indonesia dalam Kaitannya dengan Paris Convention dan TRIPS Serta Nice Agreement*, Tesis, Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Depok, 2021, p.528.

¹⁰ *Ibid.*

3. Mengenai langkah-langkah efektif dan tepat untuk menerapkan Hak Kekayaan Intelektual terkait perdagangan, dengan memberikan perbedaan sistem hukum nasional masing-masing negara.
4. Suatu prosedur yang efektif dan cepat guna melakukan pencegahan secara multilateral dan penyelesaian sengketa antar negara.
5. Tentang peralihan untuk partisipasi penuh guna mencapai hasil negosiasi.¹¹

Pada tahun 1994, Indonesia bergabung dalam *WTO Agreement* dan perjanjian itu diratifikasi kedalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1997 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek.¹² Sebelum ratifikasi ini terjadi, Indonesia telah mempunyai aturan/hukum tersendiri yang dituangkan ke dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan dan setelah itu di ubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Walaupun begitu, pengetahuan dan pemahaman Indonesia mengenai Hak Kekayaan Intelektual masih perlu diasah, mengingat sampai sekarang Indonesia masih berada dalam pengawasan prioritas atau *priority watch list* (PWL) dari *United State Trade Representative* (USTR) per 25 April 2024.¹³ Meskipun dengan sudah bergabungnya Indonesia kedalam Komunitas Penegak Hukum Internasional atau Interpol pada 13 Desember 2022 tetap saja tingkat pembajakan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia dinilai sangat tinggi. Setelah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1997 yang menyangkut isi daripada perjanjian internasional TRIPS, lalu di tahun 2001 dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.¹⁴

Indonesia sebagai negara yang terkait dengan persetujuan tersebut, telah melakukan ratifikasi hasil putaran Uruguay di Marakesh Maroko yang dituangkan dalam bentuk peraturan Perundang-undangan yaitu Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing The World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia).¹⁵

¹¹ *Ibid.*

¹² Insan Budi Maulana, *Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia dari Masa Ke Masa*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2018, p.102.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Gatot Supramono, *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*, Rineka Cipta, Jakarta, 2019, p.16.

¹⁵ *Ibid.*

Sebagai konsekuensi dari adanya peratifikasian Konvensi Internasional di bidang Hak Cipta dimaksud, maka pemerintah Indonesia berkewajiban untuk mengharmonisasikan undang-undang di bidang Hak atas Kekayaan Intelektual HaKI-nya agar selaras dengan ketentuan-ketentuan Konvensi Internasional yang telah diakomodir di dalam *Agreement Establishing The World Trade Organization* dimaksud.

Seiring berkembangnya hukum di Indonesia, merek dagang di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam Pasal 1 angka (1) menyebutkan merek merupakan:

“Tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

Salah satu substansi penting dalam pendaftaran Merek adalah uraian tentang Etiket Merek. Berkaitan dengan Etiket Merek diuraikan secara detail mengenai macam warna apabila Merek tersebut menggunakan 72 unsur warna, atau menguraikan makna dan arti huruf jika pendaftaran tersebut menggunakan huruf-huruf sebagai daya pembeda.¹⁶ Demikian halnya jika menggunakan bahasa asing dan/atau huruf selain huruf latin dan/atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia, huruf Latin dan angka yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia serta cara pengucapannya dalam ejaan Latin. Dalam pendaftaran Merek sangat penting untuk mengemukakan tentang kelas dan jenis barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.¹⁷

Warna berperan penting dalam mengembangkan sebuah identitas brand dan kepercayaan konsumen, disebabkan karena rasio warna dalam merek mencapai hampir 90%. Dalam psikologi, warna kuning memberikan rasa senang, warna biru menunjukkan harmoni dan warna merah melambangkan gairah yang penuh semangat. Hal ini didasari dalam teori Goethe's, yang di mana warna menjadi pemicu dalam memberikan efek kepada suasana hati dan aktivitas sehari-hari.

¹⁶ Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global Sebuah Kajian Kontemporer*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2018, p.208.

¹⁷ *Ibid.*

Warna menjadi salah satu unsur pembeda yang paling mudah dikenali oleh konsumen dan menjadikannya memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, 62%-90% konsumen menilai suatu produk berdasarkan pada warna, di mana 52% konsumen menggunakan warna sebagai indikator kualitas dan 80% konsumen mengatakan warna meningkatkan pengenalan atas merek.¹⁸

Dalam *Article 15 Subarticle (1) TRIPS* mengatur sifat keterkenalan suatu merek dengan memperhatikan faktor pengetahuan tentang merek dikalangan masyarakat. Sifat keterkenalan ini disebut sebagai *secondary meaning*, yang dimana kata, frase, tanda, maupun warna yang bersifat deskriptif memiliki arti mendalam sehingga mempunyai daya pembeda di kalangan konsumen di pasaran.¹⁹ *Secondary meaning* ini dapat dibuktikan melalui:

1. *Direct evidence*: kesaksian konsumen, atau:
2. *Indirect evidence*: penggunaan (eksklusivitas, lama, dan cara), jumlah dan cara pengiklanan, jumlah penjualan pada konsumen, pangsa pasar, bukti adanya kehendak pihak lain untuk meniru merek.²⁰

Maksud isi dari kovenensi ini ialah perlindungan properti industri bertujuan untuk memberikan pengakuan hukum terhadap hasil inovasi, kreativitas, dan identitas komersial yang dihasilkan oleh individu atau entitas dalam aktivitas bisnis. Hal ini meliputi perlindungan atas hak eksklusif bagi pemegang paten atau model utilitas terhadap invensi teknis, desain produk yang memiliki nilai estetika, merek dagang yang mewakili identitas suatu barang atau jasa, serta nama dagang yang menjadi ciri khas dari suatu usaha. Selain itu, perlindungan juga mencakup indikasi geografis atau asal produk yang dapat meningkatkan daya saing di pasar global. Penindakan terhadap persaingan tidak sehat bertujuan untuk memastikan adanya praktik bisnis yang adil dan kompetitif.²¹

¹⁸ Suyud Margono dan Longginus Hadi, *Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek*, Novindo Pustaka Mandiri, Jakarta, 2015, p.97.

¹⁹ *Ibid.*, p.98.

²⁰ *Ibid.*, p.99.

²¹ *Ibid.*

Di dalam penjelasan umum atas Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri, disebutkan bahwa Indonesia juga mengatur mengenai komponen nilai warna sebagai kekayaan intelektual yang perlu dilindungi untuk memajukan sektor industri dengan meningkatkan kemampuan daya saing.²² Salah satu daya saing tersebut adalah dengan memanfaatkan peranan Desain Industri yang merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual. Keanekaragaman budaya yang dipadukan dengan upaya untuk ikut serta dalam globalisasi perdagangan, dengan memberikan pula perlindungan hukum terhadap Desain Industri akan mempercepat pembangunan industri nasional.²³

Adapun ketentuan Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 angka 1 dalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan Desain Industri adalah 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.²⁴

Pendaftaran warna di Indonesia sendiri belum menjadi hal yang lazim dan dilakukan oleh para pemegang hak merek. Undang-undang Merek Indonesia tidak menjelaskan lagi lebih lanjut soal warna sebagai merek dagang selain dalam Pasal 1 ayat (1), yakni dalam definisi merek itu sendiri. Meskipun di Indonesia belum ada sengketa merek yang berkaitan dengan warna, hal ini tidak menutup kemungkinan adanya pendaftaran warna sebagai merek dagang di masa yang akan datang.²⁵ Mengingat WIPO sendiri sudah memperkenankan adanya pendaftaran warna, baik warna tunggal maupun kombinasi dalam *Standing Committee on The Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications* (SCT) (Dokumen SCT/17/2, 2007). Tanpa disadari, banyak pihak yang tidak beritikad baik dengan memanfaatkan warna identitas dari merek terkenal guna mencapai keuntungan atau mendongkrak merek mereka dengan cara yang instan.²⁶

²² Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2019, p.91.

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ibid.*, p.92.

²⁵ Rachmadi Usman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, Alumni, Bandung, 2019, p.356.

²⁶ *Ibid.*

Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa warna merupakan unsur penting dalam perlindungan kekayaan intelektual yang diatur baik di tingkat internasional melalui TRIPS maupun di tingkat nasional melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam TRIPS, warna diakui sebagai salah satu elemen identitas komersial yang dilindungi, sejajar dengan paten, desain industri, merek dagang, dan indikasi asal. Perlindungan ini bertujuan untuk memberikan pengakuan hukum terhadap inovasi dan kreativitas yang meningkatkan daya saing dalam pasar global. Di Indonesia, pengaturan serupa menekankan bahwa warna sebagai bagian dari desain industri memiliki nilai strategis dalam memajukan sektor industri nasional, sekaligus melestarikan keanekaragaman budaya dalam menghadapi persaingan global. Hal ini menunjukkan bahwa warna bukan sekadar elemen estetika, tetapi juga memiliki peranan signifikan dalam mendukung pembangunan ekonomi dan perlindungan hukum di bidang industri. Dengan penggunaan warna yang sama secara sering dan konsisten baik dalam produk, kemasan, maupun periklanan dapat menyebabkan semakin dikenalnya produk tersebut oleh masyarakat.

Urgensi penelitian ini berfokus pada bagaimana setiap negara mengatur warna yang akan menjadi merek dagang. Fondasi dari peraturan ini berasal dari *Article 1 Subarticle 1* yang menjelaskan “*Members shall be free to determine the appropriate method of implementing the provisions of this Agreement within their own legal system and practice*”. Hal ini memberikan kebebasan kepada setiap negara untuk meratifikasi perjanjian ini dalam sistem dan praktik hukum mereka sendiri. Salah satu yang terlihat dengan jelas adalah seperti negara Amerika yang mengusung warna sebagai merek dagang ke dalam 2 bentuk, yaitu *single Color* dan *combination of colors*. Sementara itu, di Indonesia sendiri pendaftaran warna sebagai merek dagang hanya diatur dalam bentuk *combination of colors*.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana hukum internasional dan nasional memberikan perlindungan terhadap penggunaan warna sebagai merek dagang, mengingat perannya yang semakin strategis dalam dunia bisnis modern. Warna memiliki kekuatan untuk menciptakan identitas unik dan membedakan produk atau jasa dalam persaingan pasar global. Di tingkat internasional, TRIPS terkait telah mengakui warna

sebagai elemen yang dapat dilindungi, sementara di Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan landasan hukum untuk melindungi warna sebagai bagian dari merek. Namun, implementasi dan pengakuan warna sebagai merek dagang masih menghadapi tantangan, seperti pembuktian daya pembeda dan perlindungan hukum yang konsisten. Oleh karena itu, analisis ini diperlukan untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai perlindungan warna sebagai merek dagang, baik dari aspek normatif maupun praktis, serta untuk mengidentifikasi peluang dan kendala dalam penerapan hukumnya di Indonesia dan lingkup internasional. Penelitian ini juga relevan dalam mendorong harmonisasi hukum dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya warna sebagai aset intelektual dalam mendukung daya saing ekonomi. Dalam hal ini, akan menganalisis bagaimana perlindungan *single color* melalui kasus *Christian Louboutin v. Yves Saint Laurent* untuk melihat perlindungannya serta implikasi lebih luas dalam warna sebagai merek dagang.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini penting untuk dilakukan karena hal-hal sebagaimana berikut:

1. Perlindungan hukum terhadap merek telah diatur baik dalam hukum internasional maupun hukum nasional Indonesia, di mana di dalamnya disebutkan bentuk-bentuk dan wujud merek.
2. Regulasi merek dalam hukum nasional Indonesia untuk penggunaan warna perlu diteliti agar memberikan kepastian hukum.
3. Perlindungan *warna* sebagai merek dagang penting untuk menelaah syarat warna agar dapat didaftarkan dan dilindungi sebagai merek.

Berdasarkan latar belakang di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaturan unsur warna yang dijadikan sebagai merek dagang dalam hukum merek internasional dan hukum merek nasional?
2. Apa saja kendala dan upaya hukum yang dihadapi dalam pendaftaran warna sebagai merek dagang di Indonesia?
3. Bagaimana perlindungan hukum terhadap penggunaan warna yang dijadikan sebagai elemen penting dalam identitas merek dalam hukum internasional dan hukum nasional Indonesia?

B. PEMBAHASAN

1. Unsur Warna sebagai Merek Dagang dalam Dimensi Hukum Internasional dan Hukum Nasional Indonesia

Pengaturan warna sebagai merek pada tingkat internasional bersifat kerangka umum yang mendefinisikan hak minimum, sedangkan hukum nasional Indonesia masih membatasi penerapan praktisnya. Hal ini sejalan dengan TRIPS Pasal 1 ayat (1) yang dimana menjelaskan para anggota (dalam hal ini negara) wajib meratifikasi konvensi ini, tetapi tidak diwajibkan untuk menerapkan perlindungan yang lebih luas dalam hukum negara masing-masing daripada yang diwajibkan, asalkan perlindungan tersebut tidak bertentangan dengan ketentuan konvensi. Anggota harus bebas untuk menentukan metode yang tepat untuk menerapkan ketentuan-ketentuan Konvensi ini dalam sistem dan praktik hukum mereka sendiri.²⁷

Pada tataran internasional, *Article 15 Subarticle 1* hanya melarang pendaftaran tanda yang tidak memiliki daya pembeda, dengan adanya representasi visual, sesuai dengan alasan yang diizinkan oleh Konvensi Paris, serta adanya jangka waktu penggunaan. Karena tidak memberikan daftar tertutup jenis tanda, warna baik tunggal maupun kombinasi sehingga pada prinsipnya dapat dilindungi jika memang *distinctiveness*. Banyak yurisdiksi kemudian mengadopsi pedoman representasi presisi berdasar putusan *Court of Justice EU (Sieckmann dan Libertel)*, yang menuntut contoh warna dan kode internasional yang jelas. Dengan demikian, kerangka internasional mendukung perlindungan warna, tetapi menyerahkan rincian procedural bukti, format representasi, dan penilaian fungsi teknis kepada masing-masing negara.²⁸

Di Indonesia, UU Nomor 20 Tahun 2016 juga memasukkan “susunan warna” dalam definisi merek. Namun, frasa “susunan” lazim ditafsirkan sebagai kombinasi lebih dari satu warna, sehingga pendaftaran warna tunggal belum pernah terwujud. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 12 Tahun 2021

²⁷ Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS), *Article 1 Subarticle 1*.

²⁸ SCT/17/3, *World Intellectual Property Organization, Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications (SCT), Relation of Established Trademark Principles to New Types of Marks, World Intellectual Property Organization, Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications (SCT), Relation of Established Trademark Principles to New Types of Marks, 2007.*

tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek yang sudah mengatur *non functionality* untuk mendaftarkan merek yang kembali terucap pada Pasal 108 ayat (1) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, serta pada Pasal 4 ayat (2) huruf d Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang memerintahkan untuk melampirkan warna untuk dimohonkan pendaftarannya tanpa menjelaskan secara terperinci kode warna yang seperti bagaimana digunakan. Selain itu, Pasal 21 ayat (3) menambahkan syarat iktikad baik, sedangkan Pasal 76 menyediakan mekanisme gugatan pembatalan jika warna yang terdaftar terbukti menyalahi ketentuan distinctiveness atau diajukan secara tidak jujur.²⁹

Persamannya terletak pada pokok dalam mengatur warna sebagai merek dagang, yang di mana keduanya menuntut daya pembeda (*distinctiveness*) yang dapat diperoleh secara inheren atau melalui *secondary meaning*; mewajibkan representasi grafis atau visual yang presisi agar publik dapat mengidentifikasi warna secara objektif; menerapkan prinsip non-fungsionalitas sehingga warna dengan fungsi teknis atau estetika murni ditolak; menyediakan mekanisme oposisi serta pembatalan untuk melindungi kepentingan pihak ketiga; dan mengakui pendaftaran dengan menggunakan hak prioritas bagi pemohon internasional.

Perbedaannya terletak pada tingkat keterbukaan dan pedoman teknis. Kerangka internasional bersifat permisif, warna tunggal dapat didaftarkan asalkan memenuhi daya pembeda dan kriteria representasi yang jelas. Banyak negara anggota telah merespons dengan panduan rinci dan putusan yang menegaskan cara pembuktian warna. Indonesia baru sampai tahap pengakuan normatif dalam undang-undang tetapi belum menyediakan aturan pelaksana untuk *distinctiveness* warna tunggal maupun kombinasi warna, uji fungsi teknis (*secondary meaning*), atau standar representasi. Akibatnya, pemohon warna di Indonesia menghadapi ketidakpastian, sedangkan di banyak yurisdiksi lain sudah tersedia prosedur baku untuk memperoleh perlindungan eksklusif atas satu warna.³⁰

²⁹ Indonesia, *Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis*, Ps. 76.

³⁰ M Ahmad dan J. Effendi, *Protection of Non-Traditional Trademarks in Indonesia*, *Journal of Law, Policy and Globalization*, Vol.73 (2018), p.20. (ISSN: 2224-3259).

Hukum Internasional		Hukum Indonesia	
<i>Article 15 Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights.</i>	Kekhasan yang melekat.	Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.	Pasal 4 ayat (2) huruf d mengatur Representasi warna.
	Perspeksi visual.		Pasal 20 huruf e menjelaskan Memiliki daya pembeda.
	Sesuai dengan alasan lain yang diizinkan oleh Konvensi Paris.		Pasal 108 untuk mengubah Pasal 20 huruf g UU Cipta Kerja menjelaskan Nonfungsionalitas.
	Jangka Waktu Penggunaan.		

Tabel 2.1. Perbandingan Pendaftaran Warna sebagai Merek Dagang dalam Hukum Internasional dan Hukum Nasional Indonesia.

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti.

Sedangkan, mengenai hak prioritas pada Konvensi Paris, TRIPS, dan Sistem Madrid memiliki tujuan yang sejalan yaitu memfasilitasi perlindungan merek secara internasional, tetapi mereka berbeda dalam kekuatan hukum, cakupan wilayah, maupun efektivitas pelaksanaan. Berikut adalah perbandingan mendalam dari ketiga sistem tersebut:

- a. **Kekuatan Hukum dan Sifat Kewajiban:** Konvensi Paris adalah perjanjian multilateral klasik di bawah WIPO yang mengandalkan komitmen sukarela negara anggota. Penegakannya tidak memiliki sanksi langsung; kepatuhan biasanya melalui pembaruan undang-undang nasional dan tekanan diplomatik. Sebaliknya, TRIPS merupakan persetujuan WTO yang mengikat, dengan mekanisme penegakan melalui Dispute Settlement Body WTO. Ini berarti kewajiban hak prioritas di bawah TRIPS bersanksi lebih kuat pada negara yang melanggar dapat dituntut oleh negara lain. Dengan kata lain, TRIPS memberikan jaminan kepatuhan yang lebih kuat karena terintegrasi dalam rezim perdagangan dunia. Sementara itu, Sistem Madrid bersifat opsional, hanya negara yang meratifikasi yang terikat. Kekuatan hukumnya terkait *administrative facilitation* (pengurusan pendaftaran internasional).

Sistem Madrid tidak mengatur substansi merek nasional, tetapi sebagai perjanjian administrasi secara efektif langsung kepada pemohon. Pendaftaran internasional melalui Sistem Madrid diakui sebagai setara pendaftaran nasional di masing-masing negara tujuan, sehingga kekuatan perlindungannya bergantung pada kepatuhan tiap kantor nasional memproses sesuai aturan.

- b. Cakupan Wilayah dan Keanggotaan: Konvensi Paris memiliki anggota yang sangat luas, yakni 181 negara per 2024. Ini mencakup hampir semua negara di dunia kecuali sedikit negara terpencil. TRIPS pada hakikatnya mencakup semua anggota WTO (166 negara per 2024), yang sebagian besar tumpang tindih dengan anggota Paris. Ada beberapa negara kecil yang hanya anggota Paris atau hanya anggota WTO, tetapi secara total cakupan kedua perjanjian ini sangat global dan mencakup mayoritas negara di dunia. Sistem Madrid saat ini mencakup 115 anggota yang mewakili 131 negara.
- c. Efektivitas dalam Melindungi Merek: Efektivitas dapat dilihat dari kemudahan dan kecepatan mendapatkan hak di berbagai negara. Konvensi Paris dan TRIPS efektif dari sisi memberikan waktu tenggang 6 bulan yang sangat membantu pemohon menyusun strategi internasional tanpa kehilangan prioritas. Namun, pendekatan Konvensi Paris dan TRIPS tetap mengharuskan pengajuan terpisah di setiap negara, sehingga beban administrative dan biaya bisa tinggi. Sementara itu, Sistem Madrid menawarkan efektivitas operasional, yaitu satu aplikasi, satu bahasa, satu mata uang, dapat mencakup banyak negara sekaligus. Hal ini jelas lebih efisien dari sisi prosedur. Dengan kata lain, efektivitas Madrid adalah dalam hal kemudahan administrasi dan biaya, sedangkan efektivitas Konvensi Paris dan TRIPS adalah dalam hal prinsip hukum yang universal dan kokoh.
- d. Perbedaan Fokus: Konvensi Paris dan Sistem Madrid terutama berfokus pada aspek pendaftaran dan prosedural. Konvensi Paris mengatur prinsip-prinsip seperti hak prioritas, *national treatment*, *independent protection*, dan lainnya yang mana menjadi dasar perlindungan merek lintas negara.

Sistem Madrid berfokus pada mekanisme pendaftaran internasional (tanpa mengubah hukum materiil merek nasional). Adapun TRIPS mencakup aspek substantif dan penegakan hukum: menetapkan definisi merek, ruang lingkup hak, durasi perlindungan, prosedur penegakan di pengadilan, dan lainnya, sebagai standar minimum global. TRIPS melengkapi Konvensi Paris dengan mengatur hal-hal yang tidak diaturinya, misalnya memberikan perlindungan pada warna sebagai merek dagang. Sementara Konvensi Paris dan Sistem Madrid tidak secara langsung mengatur penegakan.

- e. Contoh Efektivitas: Jika tujuan pemohon adalah melindungi merek seluas mungkin dengan cepat dan murah, Sistem Madrid sangat efektif (selama negara yang dituju adalah anggota). Namun, Sistem Madrid memiliki kelemahan, yaitu apabila merek dasar ditolak atau dibatalkan, pendaftaran internasional pun gugur di semua negara (kecuali diubah jadi nasional). Ini risiko yang tidak ada dalam pendaftaran terpisah Konvensi Paris (di mana setiap negara independen). Jadi dalam hal kepastian, ada yang menilai Konvensi Paris lebih stabil (tidak tergantung satu basis). Tetapi setelah 5 tahun, pendaftaran Sistem Madrid menjadi independen dan sama kuatnya dengan nasional.
- f. Kekuatan Hukum terhadap Pihak Ketiga: Dalam ketiga sistem, hak prioritas utamanya berdampak pada hubungan antar pemohon merek. Kekuatan hak prioritas melawan pihak ketiga sama di semua sistem, yakni mendahului mereka selama dalam masa prioritas. Namun, perlu dicatat bahwa Konvensi Paris *Article 4 Sub article B* juga mengakui bahwa hak-hak pihak ketiga yang diperoleh sebelum tanggal permohonan pertama tetap dihormati. Artinya, jika ada pihak di negara tujuan yang sudah memiliki merek terdaftar atau dipakai sebelum tanggal prioritas, hak prioritas tidak bisa merebut hak yang sudah ada tersebut. Semua sistem juga tidak mengesampingkan penolakan substantif lain.

2. Analisis Kendala dan Upaya Hukum yang Dihadapi dalam Pendaftaran Warna sebagai Merek Dagang di Indonesia

Regulasi Indonesia memang mengakui “susunan warna” dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, tetapi frasa tersebut menimbulkan ambiguitas semantik: kata *susunan* secara tata bahasa dipahami sebagai gabungan setidaknya dua warna, sehingga satu warna tunggal tidak dianggap tercakup.³¹ Ketiadaan definisi eksplisit menimbulkan tafsir sempit di bidang administratif. Pemeriksa DJKI hanya memproses merek yang memuat dua warna atau lebih, sedangkan berkas yang mengklaim satu warna lazimnya ditolak pada tahap formalitas tanpa pemeriksaan substantif.³² Ambiguitas ini diperparah oleh Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek yang hanya mewajibkan label berwarna tetapi tidak mewajibkan kode Pantone, metode survei konsumen, ataupun kriteria kuantitatif bukti *secondary meaning*, padahal ketiga unsur tersebut diakui sebagai prasyarat esensial dalam praktik internasional.³³

Kurangnya pedoman teknis menyebabkan proses pendaftaran warna sangat bergantung pada diskresi individu pemeriksa.³⁴ Kecenderungan ini diperparah oleh keterbatasan sumber daya. Laporan Pusat Pengkajian HKI Universitas Diponegoro menyoroti rasio pemeriksa terhadap jumlah permohonan yang tinggi, sehingga waktu untuk menelaah survei konsumen atau bukti penjualan menjadi terbatas, dan permohonan non-konvensional termasuk warna sering kali “dikesampingkan” agar target penyelesaian tetap tercapai.³⁵

³¹ Indonesia, *Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis*, Ps. 1 Angka 1.

³² Vanny Fiandra Cahyani, *Urgensi Pendaftaran Warna sebagai Potensi Merek Dagang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016*, Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial, Vol.3, No.1 (Maret 2024), p.174.

³³ Indonesia, *Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek*, Permenkumham No. 12 Tahun 2021, BN Tahun 2021 No. 105, Ps. 9 Ayat (3).

³⁴ Tisni Santika dan Ranti F. Mayana, *Limitation for Non-Traditional Trademark Protection in Indonesia: Certainty Over Progressivity?*, Jurnal Hukum Bisnis, Vol.5, No.2 (April 2020), p.5.

³⁵ Yayuk D. Ariani, *Kelemahan Perlindungan HKI di Indonesia Berdasarkan UU Merek*, Journal of Intellectual Property Studies, Vol.3, No.1 (2023), p.7.

Selain isu *secondary meaning* dan Pasal 21, terdapat sederet kendala lain-normatif maupun praktis yang belum tersorot tetapi krusial bagi pendaftaran warna di Indonesia. Pertama, syarat *non-functionality* masih belum diformalkan. Regulasi Indonesia tidak menjelaskan cara menilai apakah warna memiliki fungsi teknis atau estetis murni, padahal warna yang berkaitan dengan keselamatan, misalnya oranye pada selang LPG atau rompi pekerja jalan seharusnya dikecualikan. Tanpa kriteria baku, pemeriksa berisiko menolak warna yang sebenarnya nonfungsional atau, sebaliknya, meloloskan warna yang dibutuhkan publik.³⁶

Kedua, Indonesia belum mengadopsi kriteria representasi presisi ala *Sieckmann*, yaitu: jelas, tepat, terpadu, mudah diakses, dapat dipahami, tahan lama, dan objektif.” Ketiadaan kewajiban mencantumkan kode warna atau lampiran sampel tahan luntur menyebabkan garis batas hak eksklusif kabur. WIPO mencatat ketidakpastian representasi sering menjadi dasar keberatan pihak ketiga karena pihak luar kesulitan menilai apakah warna mereka melanggar.³⁷

Ketiga, muncul kekhawatiran *color depletion doctrine* di kalangan pemeriksa. Jika warna tunggal dibuka, “spektrum warna akan habis” bagi pelaku usaha lain. Teori ini sebenarnya telah dibantah *Supreme Court of the United States* (Mahkamah Agung Amerika Serikat) dalam *Qualitex*, namun belum ada penjelasan resmi DJKI. Praktisnya, rasa takut “kekurangan warna” mendorong penolakan administratif dini sebelum pemohon sempat membuktikan nonfungsionalitas atau *distinctiveness*.³⁸

Keempat, biaya konsultasi hukum. Berdasarkan survei menunjukkan penyusunan berkas warna tunggal yang memenuhi standar internasional seperti: sampel profesional, uji laboratorium ketahanan, survei online valid dapat menelan Rp 80–120 juta. Tentu saja bagi UMKM, angka ini setara lebih dari 50% modal kerja setahun. Sehingga tanpa skema pembiayaan atau template survei murah,

³⁶ Awara A. Ahmed, *The Impact of Registration of a Single Color as a Trademark on Unfair Competition*, Journal of University of Human Development, Vol.6, No.1 (Maret 2020), p.14.

³⁷ World Intellectual Property Organization, *Overview: Protection of Colour Marks*, 2021, p. 8.

³⁸ Ann Bartow, *The True Colors of Trademark Law: Green-Lighting a Red Tide of Anti-Competition Blues*, Kentucky Law Journal, Vol.97, No.2 (2008), p.270.

pendaftaran warna hanya terjangkau perusahaan besar, berlawanan dengan semangat pemerataan akses KI.³⁹

Terakhir, kekosongan yurisprudensi menjadi hambatan epistemik. Tidak adanya putusan pengadilan niaga tentang warna membuat pemeriksa dan praktisi tidak punya preseden lokal sebagai titik acuan. Alhasil, setiap permohonan warna diperlakukan kasus baru, memperpanjang proses substantif dan memunculkan hasil inkonsisten antar-berkas.⁴⁰ Situasi ini berbeda dengan Amerika Serikat, seperti pada kasus *Qualitex*, *Owens-Corning*, dan *Louboutin*, serta pada kasus yang terdapat di Australia, yaitu *BP v Woolworths* dan *Cadbury*, di mana rangkaian putusan memberi panduan jelas bagi pelaku usaha dan pejabat pemeriksa.

Beban pembuktian juga menjadi kendala substantif. Untuk merek kata, pemohon kerap cukup menunjukkan bukti sertifikat pendaftaran asing, tetapi untuk warna tunggal DJKI belum pernah mensyaratkan, apalagi memvalidasi, survei konsumen yang seharusnya menggunakan metodologi *Teflon* atau *Thermos* seperti dipraktikkan USPTO. Implementasi survei semacam itu memerlukan biaya antara 80 hingga 120 juta rupiah, nilai yang sulit dipenuhi UMKM.⁴¹ Tanpa survei, pemohon praktis gagal membuktikan *secondary meaning*. Pada sisi lain, negara belum menerbitkan panduan survei berbiaya rendah, misalnya, survei daring terstruktur yang diakui validitasnya sehingga pelaku usaha kecil tidak punya alternatif.

Aspek budaya turut mempengaruhi hambatan. Sebagian besar konsumen Indonesia masih mengidentifikasi merek melalui nama atau logo, bukan warna, sehingga survei asosiasi warna membutuhkan sampel responden jauh lebih besar agar signifikan.⁴² Di banyak daerah, warna diasosiasikan dengan makna budaya (merah untuk keberanian, kuning untuk keagungan) sehingga potensi konflik budaya dapat muncul ketika satu entitas berusaha memonopoli warna tertentu.

³⁹ Oktavianto Setyo Nugroho dan Yulkarnaini Siregar, *Urgensi Pendaftaran Merek bagi Pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan*, Iqtishaduna, Vol.6, No.2 (Januari 2025), p.406.

⁴⁰ Komal, *Protection of Non-Conventional Trademarks: Issues and the Road Ahead*, Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, Vol.11, No.2 (Agustus 2020), p.700.

⁴¹ Oktavianto Setyo Nugroho dan Yulkarnaini Siregar, *Urgensi Pendaftaran Merek bagi Pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan*, p.406.

⁴² Vanny Fiandra Cahyani, *Urgensi Pendaftaran Warna sebagai Potensi Merek Dagang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016*, p.174.

Kerangka hukum belum memuat mekanisme mitigasi konflik semacam ini, berbeda dengan Australia yang menolak pendaftaran warna jika menimbulkan kebingungan budaya atau keagamaan setempat.

Sedangkan, dari sisi penegakan, Pasal 21 ayat 3 mensyaratkan itikad baik dan Pasal 76 menyediakan gugatan pembatalan. Namun keduanya baru efektif bila merek sudah tercatat. Karena kanal warna tunggal tidak tersedia, pemilik warna khas harus menempuh gugatan persaingan tidak sehat (*passing off*) berdasarkan Undang-Undang Persaingan Usaha atau KUHD Pasal 382 bis. Lintasan gugatan ini menuntut pembuktian niat menyesatkan (*intent to deceive*) yang biasanya jauh lebih sukar daripada menunjukkan sertifikat merek terdaftar.⁴³

Terakhir, isu literasi hukum turut menghalangi pendaftaran warna kombinasi. Umumnya UMKM mengira warna “otomatis terlindungi” begitu ditempel pada kemasan, mereka tidak menyadari bahwa *goodwill* atas kombinasi warna tetap dapat ditiru sah sepanjang logo dan nama dihindari.⁴⁴ Rendahnya sosialisasi membuat volume permohonan warna kombinasi pun terbatas, padahal regulasi sudah tersedia. Akibatnya, DJKI kurang terdorong menyusun pedoman teknis terperinci karena permintaannya dianggap tidak signifikan.

Kumulasi faktor normatif, administratif, budaya, dan ekonomi tersebut menjelaskan mengapa sampai sekarang Indonesia belum mengeluarkan satu pun sertifikat merek untuk warna tunggal. Tanpa revisi definisi “susunan warna”, pedoman representasi yang presisi, standar survei *secondary meaning*, serta peningkatan kapasitas pemeriksa, hambatan ini diperkirakan masih akan bertahan dan berpotensi menimbulkan ketidaksesuaian Indonesia dengan praktik dan kewajiban minimum TRIPS.⁴⁵

Ketika permohonan warna ditolak oleh DJKI, pemohon pertama-tama dapat menempuh jalur administratif melalui Komisi Banding Merek sesuai Pasal 37 hingga 39 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Komisi ini berwenang menilai ulang keputusan substantif DJKI,

⁴³ Insan Budi Maulana, *Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia dari Masa Ke Masa*.

⁴⁴ Patricia Ingarasi dan Nany Pudianti Suwigno, *The Benefits of Registered Trademark for MSME Actors in Surakarta City: A Case Study of IPR Protection*, SIGn Jurnal Hukum, Vol.4, No.2 (Oktober 2022), p.237.

⁴⁵ Chuxi Zheng, *Research on the Retaliation System in the WTO's Dispute Settlement Mechanism*, Lecture Notes in Education Psychology and Public Media, Vol.21 (November 2023), p.95. (ISSN: 2753-7056).

termasuk apakah penguji keliru menafsirkan daya pembeda, nonfungsi, atau representasi grafis warna.⁴⁶ Apabila banding tetap ditolak, pemohon masih dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga dalam tenggat 3 bulan setelah putusan komisi diterima (Pasal 40). Pengadilan akan memeriksa ulang fakta dan bukti, misalnya survei *secondary meaning*, data penjualan, dan kode warna tanpa terikat pada pertimbangan pemeriksa DJKI.⁴⁷ Selanjutnya, putusan Pengadilan Niaga dapat diajukan kasasi ke Mahkamah Agung, lalu peninjauan kembali apabila ditemukan bukti maupun fakta.

Pada luar jalur vertikal pemohon, pihak ketiga (misalnya pemilik warna terkenal di luar negeri) juga memiliki mekanisme keberatan selama masa pengumuman (Pasal 16). Keberatan ini berguna bila DJKI justru menerima permohonan warna yang berpotensi menyesatkan atau diajukan dengan itikad tidak baik.⁴⁸ Apabila merek warna sudah telanjur terdaftar, pihak yang dirugikan dapat menggugat pembatalan di Pengadilan Niaga berdasarkan Pasal 76, dengan alasan warna tersebut tidak memenuhi syarat daya pembeda, melanggar moralitas, atau diajukan tanpa itikad baik.⁴⁹ Mekanisme pembatalan penting untuk mencegah monopoli warna yang sebenarnya bersifat fungsional atau sudah menjadi milik publik, serta selaras dengan *Article 6 bis* Konvensi Paris yang melindungi merek terkenal dari pendaftaran tidak jujur.

Apabila seluruh saluran pendaftaran domestik gagal, pemilik warna masih dapat menempuh perlindungan alternatif melalui gugatan persaingan tidak sehat (*passing off*) sebagaimana diakui dalam Pasal 382 bis KUHD dan yurisprudensi Mahkamah Agung (misalnya perkara *Blue Bird vs Pahala Kencana*).⁵⁰ Gugatan ini tidak memberi hak eksklusif formal, tetapi dapat menghentikan penggunaan warna menyesatkan jika penggugat mampu membuktikan reputasi dan niat peniruan. Pemilik warna terkenal juga bisa menggunakan anti pemalsuan perbatasan (Pasal 90 sampai dengan Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis)

⁴⁶ Indonesia, *Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis*, Ps. 29-37.

⁴⁷ Nadhila Adani dan Budi Santoso, *Kelemahan Perlindungan HKI di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis*, Notarius, Vol.16, No.1 (April 2023), p.340.

⁴⁸ Indonesia, *Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis*, Ps. 16.

⁴⁹ Insan Budi Maulana, *Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia dari Masa Ke Masa*.

⁵⁰ Komal, *Protection of Non-Conventional Trademarks: Issues and the Road Ahead*, p.702.

untuk menahan barang impor yang menggunakan warna identik secara menyesatkan.⁵¹ Di tingkat internasional, pemilik warna dapat meminta penegakan melalui *TRIPS Dispute Settlement* jika menilai standar minimum perlindungan merek warna belum dipenuhi Indonesia, meskipun jalur ini bersifat antar pemerintah dan memerlukan dukungan negara asal pemilik merek.⁵²

Dengan rangkaian upaya administratif, yudisial, dan alternatif di atas, sistem Indonesia sebenarnya menyediakan beberapa lapisan remedial. Kendalanya terletak pada belum adanya pedoman teknis yang jelas untuk menilai *distinctiveness* serta *non-functionality* warna, sehingga sengketa kerap bergeser ke arena pengadilan yang lebih mahal dan memakan waktu. Penguatan pedoman pemeriksaan, penyederhanaan syarat survei konsumen, dan peningkatan kapasitas Komisi Banding Merek akan memperpendek jalur upaya hukum serta memberikan kepastian bagi pemohon warna tunggal maupun kombinasi.⁵³

Secara keseluruhan, upaya hukum Indonesia sebenarnya cukup berlapis berawal dari keberatan, banding administratif, hingga peradilan dan tindakan perbatasan, tetapi efektivitasnya terganjal oleh belum adanya pedoman teknis yang baku untuk menilai *distinctiveness*, *non-functionality*, dan representasi kode warna. Tanpa standar tersebut, beban pembuktian bergeser ke pemohon dan pengadilan, menambah biaya serta ketidakpastian. Reformulasi pedoman pemeriksaan DJKI, adopsi kriteria *Sieckmann* beserta metodologi survei kuantitatif, serta peningkatan kapasitas Komisi Banding akan mempersingkat sengketa warna dan menyelaraskan Indonesia dengan praktik internasional.

3. Analisis Perlindungan Hukum terhadap Penggunaan Warna yang Dijadikan Sebagai Identitas Merek dalam Hukum Internasional dan Hukum Nasional

Adapun perlindungan hukum internasional pada Paris Convention dan TRIPS tidak pernah menutup peluang pendaftaran warna (tunggal maupun kombinasi) sepanjang syarat *distinctiveness* terpenuhi. Paris Convention hanya membolehkan penolakan atas tanda yang tidak memiliki daya pembeda,

⁵¹ Indonesia, *Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis*, Ps. 90-100.

⁵² Melvyn J. Simburg, dkk., *International Intellectual Property Law*, International Lawyer, Vol.41, No.2 (2007), p.386.

⁵³ Yayuk D. Ariani, *Kelemahan Perlindungan HKI di Indonesia Berdasarkan UU Merek*, p.9.

Joy Daniel Tarigan, Jelly Leviza dan Fajar Khaify Rizky
Analisis Perlindungan Hukum terhadap Warna yang Diakui sebagai Merek Dagang dalam Hukum Internasional dan Hukum Nasional Indonesia

sedangkan TRIPS memperjelas bahwa pendaftaran warna layak didaftarkan jika mampu membedakan asal barang atau jasa. Negara anggota WTO juga wajib menjamin hak eksklusif dengan masa perlindungan selama tujuh (7) tahun dan dapat memperpanjang perlindungan tanpa batas, menerapkan pembatalan perlindungan jika tidak dipakai selama 3 (tiga) tahun, dan melarang persyaratan penggunaan yang tidak wajar sehingga dapat melemahkan fungsi merek sebagai identitas barang. Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis belum mengatur warna secara eksplisit. Perlindungan diberikan sepanjang warna dituangkan sebagai bagian dari “gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut”. Sertifikat berlaku 10 tahun dan dapat diperpanjang dengan asas *first-to-file*, jika tidak dipakai selama 3 (tiga) tahun secara berturut-turut dapat dilakukan penghapusan merek, serta pencegahan melalui preventif (sebelum terjadi) dan represif (sesudah terjadi) pihak ketiga mendapat sertifikat perlindungan.

No.	Aspek	Hukum Internasional	Hukum Indonesia
1.	Instrumen pokok	Konvensi Paris <i>Article 6 quinquies</i> ; TRIPS <i>Article 15–21</i> .	Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2.	Tanda yang diakui	<i>Combination of Colors</i> .	Susunan warna.
3.	Syarat substantif	Daya pembeda, dapat berbasis <i>secondary meaning</i> .	Daya pembeda, Nonfungsionalitas, dan representasi warna.
4.	Lama perlindungan	7 tahun dan dapat diperpanjang.	10 tahun dan dapat diperpanjang.
5.	Kewajiban penggunaan	Dihapus jika tidak dipakai selama 3 tahun berturut-turut.	Dihapus jika tidak dipakai selama 3 tahun berturut-turut.
6.	Penegakan	Hak eksklusif dan pelarangan syarat tak wajar.	Represif, preventif, dan penyelesaian secara arbitase.
7.	Cakupan merek terkenal	Perlindungan sampai barang/jasa tak sejenis.	Diakui, pendaftaran dapat ditolak.
8.	Preventif	<i>Article 15 Sub article 1</i> dan <i>Article 16</i> TRIPS dan <i>Article 6 Bis</i> Konvensi Paris.	Pasal 21 ayat (1), (2), dan (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

No.	Aspek	Hukum Internasional	Hukum Indonesia
9.	Represif	Article 44-46 dan 51-60 <i>Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights.</i>	Pasal 83 ayat 1 dan Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Tabel 2.2. Perbandingan Perlindungan Warna Sebagai Merek Dagang dalam Hukum Internasional dan Hukum Nasional Indonesia.

Sumber: Data di olah oleh peneliti

C. PENUTUP

1. Perjanjian TRIPS memungkinkan pendaftaran kombinasi warna dengan syarat daya pembeda melalui *secondary meaning*, nonfungsional, dan dapat direpresentasikan grafis. Indonesia melalui UU No. 20/2016 telah memasukkan susunan warna dalam definisi merek, namun belum menyediakan pedoman teknis lengkap tentang pembuktian *secondary meaning* dan standar representasi warna, menciptakan kesenjangan dengan praktik internasional.
2. Kendala utama meliputi tidak adanya pedoman teknis DJKI mengenai pembuktian *secondary meaning*, standar representasi grafis warna yang presisi, penilaian nonfungsionalitas, diskresi pemeriksa tinggi, biaya pembuktian tinggi terutama bagi UMKM, serta minimnya yurisprudensi. Hal ini berbeda dengan Australia dan Amerika Serikat yang memiliki kerangka kerja lebih matang.
3. Hukum internasional melalui TRIPS Articles 44-46 (pemulihan efektif), 51-59 (pertahanan preventif di perbatasan), dan 61 (sanksi pidana) memberikan perlindungan komprehensif. Hukum nasional Indonesia mengenal perlindungan represif (gugatan ganti rugi setelah pelanggaran) dan preventif (keberatan tertulis dan lisensi).

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Atsar, Abdul. 2018. *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. (Yogyakarta: Deepublish).
- Chaudhry, Peggy dan Alan Zimmerman. 2017. *Protecting Your Intellectual Property Rights*. (Amerika Serikat: Spinger).
- Djumhana, Muhammad, dan R. Djubaidillah. 2013. *Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*. (Bandung: Citra Aditya Bakti).
- Kurnia. 2011. *Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIPS*. (Bandung: PT Alumni).
- Margono, Suyud, dan Longginus Hadi. 2015. *Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek*. (Jakarta: Novindo Pustaka Mandiri).
- Maulana, Insan Budi. 2018. *Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia dari Masa Ke Masa*. (Bandung: PT Citra Aditya Bakti).
- Supramono, Gatot. 2019. *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*. (Jakarta: Rineka Cipta).
- Sutedi, Adrian. 2019. *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. (Jakarta: Sinar Grafika).
- Usman, Rachmadi. 2019. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*. (Bandung: Alumni).
- Utomo, Tomi Suryo. 2018. *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global Sebuah Kajian Kontemporer*. (Yogyakarta: Graha Ilmu).

Publikasi

- Adani, Nadhila dan Budi Santoso. *Kelemahan Perlindungan HKI di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Notarius. Vol.16. No.1 (April 2023).
- Ahmad, M, and J. Effendi. *Protection of Non-Traditional Trademarks in Indonesia*. Journal of Law, Policy and Globalization. Vol.73 (2018). (ISSN: 2224-3259)
- Ahmed, Awara A.. *The Impact of Registration of a Single Color as a Trademark on Unfair Competition*. Journal of University of Human Development. Vol.6. No.1 (Maret 2020).
- Ariani, Yayuk D.. *Kelemahan Perlindungan HKI di Indonesia Berdasarkan UU Merek*. Journal of Intellectual Property Studies. Vol.3. No.1. (2023).
- Bartow, Ann. *The True Colors of Trademark Law: Green-Lighting a Red Tide of Anti-Competition Blues*. Kentucky Law Journal. Vol.97. No.2 (2008).
- Cahyani, Vanny Fiandra. *Urgensi Pendaftaran Warna sebagai Potensi Merek Dagang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016*. Jurnal Hukum. Politik Dan Ilmu Sosial. Vol.3. No.1 (Maret 2024).
- Ingarasi, Patricia dan Nany Pudianti Suwigno. *The Benefits of Registered Trademark for MSME Actors in Surakarta City: A Case Study of IPR Protection*. SIGn Jurnal Hukum. Vol.4. No.2 (Oktober 2022).
- Komal. *Protection of Non-Conventional Trademarks: Issues and the Road Ahead*. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. Vol.11. No.2 (Agustus 2020).

- Nugroho, Oktavianto Setyo dan Yulkarnaini Siregar. *Urgensi Pendaftaran Merek bagi Pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan*. Iqtishaduna. Vol.6. No.2 (Januari 2025).
- Santika, Tisni dan Ranti F. Mayana. *Limitation for Non-Traditional Trademark Protection in Indonesia: Certainty Over Progressivity?*. Jurnal Hukum Bisnis. Vol.5. No.2 (April 2020).
- Simburg, Melvyn J., dkk.. *International Intellectual Property Law*. International Lawyer. Vol.41. No.2 (2007).
- Zheng, Chuxi. *Research on the Retaliation System in the WTO's Dispute Settlement Mechanism*. Lecture Notes in Education Psychology and Public Media. Vol.21. (November 2023)..

Karya Ilmiah

- Felano, Denny. 2021. *Kajian Yuridis atas Kemenangan Merek Lokal Serupa terhadap Merek Terkenal Indonesia dalam Kaitannya dengan Paris Convention dan TRIPS Serta Nice Agreement*. Tesis. Depok: Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Sumber Hukum

- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5953.
- Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 105.
- World Intellectual Property Organization. *Overview: Protection of Colour Marks*. Geneva: WIPO, 2021.
- World Intellectual Property Organization. *Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications (SCT), Relation of Established Trademark Principles to New Types of Marks, SCT/17/3*. Geneva: WIPO, 2007.
- World Trade Organization. *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*. Article 15(1). Geneva: WTO, 1994.
- World Trade Organization. *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)*. Article 1(1). Geneva: WTO, 1994.