

Skripsi

**PENGATURAN HUKUM TERHADAP MEREK TIGA DIMENSI
BERDASARKAN KETENTUAN HUKUM INTERNASIONAL DAN
HUKUM NASIONAL**

**(STUDI KASUS ANTARA *SOCIETE DES PRODUITS NESTLE SA AND
CADBURY UK LTD* Tahun 2016)**



*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Hukum*

Oleh :

DEDEK AMARTA

1410111093

Program Kekhususan : Hukum Internasional (PK VI)

Pembimbing 1 : Dr. Delfiyanti, S.H., M.H

Pembimbing 2 : Dayu Medina, S.H., M.H

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2019

**PENGATURAN HUKUM TERHADAP MEREK TIGA DIMENSI
BERDASARKAN KETENTUAN HUKUM INTERNASIONAL DAN
HUKUM NASIONAL (STUDI KASUS ANTARA *SOCIETE DES
PRODUITS NESTLE SA AND CADBURY UK LTD* TAHUN 2016)**

**(Dedek Amarta, 1410111093, Program
Kekhususan Hukum Internasional Fakultas Hukum Universitas Andalas)**

Abstrak

Merek tiga dimensi (*Three-dimensional Marks*) merupakan sebuah konsep di dalam golongan merek non-tradisional. Merek tiga dimensi sudah banyak dikenal di Negara Eropa, Amerika Serikat, Jepang dan Juga Inggris. Sedangkan di Indonesia konsep merek tiga dimensi ini masih tergolong baru dan belum ada pengaturan yang mengatur secara jelas untuk memberikan perlindungan secara menyeluruh terhadap tanda bentuk tiga dimensi ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan: (1) menganalisis mengenai pengaturan hukum terhadap merek tiga dimensi berdasarkan ketentuan hukum internasional dan hukum nasional, (2) menganalisis mengenai perlindungan terhadap merek tiga dimensi dalam studi kasus antara *Societe Des Produits Nestle SA and Cadbury UK LTD* Tahun 2016. Metode penulisan hukum yang penulis gunakan bersi fatnormatif, dimana penulis meneliti bahan pustaka yang merupakan data sekunder, disebut sebagai penelitian hukum kepustakaan. Hasil penelitian yang penulis dapatkan dari masalah diatas adalah : (1) Dalam ketentuan internasional mengatur mengenai merek 3 dimensi yaitu di dalam TRIPs mengacu pada ketentuan yang ada pada *paris convention*, dan dalam *paris convention* pada pasal 6 ayat (1) memberikan kesempatan untuk Negara anggota untuk membuat pengaturan sendiri sesuai dengan kebutuhan nasional masing-masing Negara anggota. Sedangkan pengaturan berdasarkan hukum nasional, sejak berlakunya Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis telah memberikan pengaturan yang lebih jelas tentang merek 3 dimensi, (2) Dalam kasus antara *Societe Des Produits Nestle SA and Cadbury UK LTD* Tahun 2016 dalam pendaftaran bentuk coklat nyamasih sulit untuk memberikan perlindungan dibawah merek 3 dimensi, dikarenakan tidak adanya daya pembeda produk dengan produk lainnya.

Kata Kunci : Pengaturan Hukum, Merek Tiga Dimensi Nestle, Cadbury dan Hukum Internasional

**REGULATIONS OF THREE-DIMENSIONAL MARKS BASED ON
INTERNATIONAL LAW AND NATIONAL LAW (CASE STUDY OF
SOCIETE DES PRODUITS NESTLE SA AND CADBURY UK LTD 2016)**

**(Dedek Amarta, 1410111093, International Law, Faculty of Law, Andalas
University)**

ABSTRACT

Three-dimensional marks is a concept in the non-traditional brand group. Three-dimensional marks is widely known in European countries, the United States, Japan and Britain, whereas in Indonesia, this concept is relatively new and there is no clear regulations to provide comprehensive protection for three-dimensional marks. This study aims to analyze and describe: (1) regulations for three-dimensional marks based on the provisions of international law and national law, (2) analyze the protection of three-dimensional marks in a case study of Societe Des Produits Nestle SA and Cadbury UK LTD In 2016. The method used in this research was normative legal research, where the author examines library material as secondary data, referred to as library legal research. Based on the research, it was found that: (1) International law provides a regulation regarding three-dimensional marks in TRIPs, referring to the provisions in the Paris Convention. Article 6 paragraph (1) provides an opportunity for contracting parties to create regulations based on their national needs. Meanwhile based on national law, Law of the Republic of Indonesia Number 20 of 2016 on Marks and Geographical Indications has provided clearer regulations for three-dimensional marks, (2) In the case of Societe Des Produits Nestle SA and Cadbury UK LTD in 2016, there was a difficulty in registering the form of the chocolate to provide protection under a three-dimensional marks, because there was no differentiating factor between the product with other products.

Keywords : Marks, Three-dimensional marks.

