

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP AROMA
SEBAGAI MEREK (*OLFACTORY MARKS*) BERDASARKAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada Bagian Hukum Perdata
Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya**

**Oleh:
MAEHA NOORLAITA PATRA
02011381924453**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2023**

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS HUKUM
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MAEHA NOORLAITA PATRA
NIM : 02011381924453
PROGRAM STUDI : ILMU HUKUM
PROGRAM KEKHUSUSAN/BAGIAN : HUKUM PERDATA

JUDUL
PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP AROMA
SEBAGAI MEREK (*OLFACTORY MARKS*) BERDASARKAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

Telah diuji dan lulus dalam sidang Ujian Komprehensif pada Tanggal 12 Mei 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada Program
Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

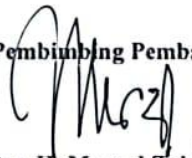
Palembang, Mei 2023

Menyetujui:

Pembimbing Utama,


Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M. Hum
NIP. 196606171990011001

Pembimbing Pembantu,


Drs. H. Murzal Zaidan, S.H., M. Hum
NIP. 196003121989031002

Mengetahui:



Dekan Fakultas Hukum
Universitas Sriwijaya


Dr. Febrina, S.H., M.S.
NIP. 196203311989031001

ii

SURAT PERNYATAAN

Nama : Maeha Noorlaila Patra
Nomor Induk Mahasiswa : 02011381924453
Tempat/Tgl. Lahir : Palembang, 06 Mei 2001
Fakultas : Hukum
Status Pendidikan : S1
Program Studi : Ilmu Hukum
Program Kekhususan : Hukum Perdata

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun tanpa mencantumkan sumbernya. Skripsi ini juga tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah dipublikasikan atau ditulis oleh siapapun tanpa mencantumkan sumbernya dalam teks.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila terbukti telah melakukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan ini saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul di kemudian hari sampai dengan ketentuan yang berlaku.

Palembang, 2023

Yang Menyatakan,


The image shows a 1000 Rupiah adhesive stamp (Meterai Tempel) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and '1000'. The serial number 'PGAF3AKX332535042' is visible at the bottom of the stamp.

Maeha Noorlaila Patra
NIM. 02011381924453

MOTTO:

“Nothing Impossible, even the word itself says ‘I’m Possible’. ”
- Audrey Hepburn -

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

- 1. Orang tua tercinta**
- 2. Keluarga**
- 3. Sahabat-sahabatku**
- 4. Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Tuhan Kita Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya yang melimpah bagi Penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan judul **"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP AROMA SEBAGAI MEREK (*OLFACTORY MARKS*) BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS"** untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmi Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi dengan segala kekurangannya, skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya terkhusus bagi Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya serta dapat bermanfaat bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan di bidang Ilmu Hukum mendatang.

Palembang,

2023



Macha Noorlaila Patra

UCAPAN TERIMA KASIH

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat ridho dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Perlindungan Hukum Terhadap Aroma Sebagai Merek (*Olfactory Marks*) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”**. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, sehubungan hal tersebut pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE., selaku rektor Universitas Sriwijaya;
2. Bapak Dr. Febrian, S.H., M.S. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
3. Bapak Dr. Mada Afriandi, S.H., M.CL., selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
4. Ibu Vegitya Ramadhani Putri S.H., S.Ant., M.A., LL.M., selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
5. Bapak Dr. Zulhidayat S.H., M.H., selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
6. Bapak Dr. H. Muhammad Syaifuddin S.H., M.Hum selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
7. Bapak Prof. Dr. H. Joni Emirzon S.H., M.Hum, selaku Dosen Pembimbing Utama yang bersedia dan banyak membantu membimbing saya tanpa lelah

serta memberikan nasihat yang memotivasi, membangun, dan pengarahan sampai penulisan skripsi ini selesai;

8. Bapak Drs. H. Murzal Zaidan S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Pembantu yang bersedia dan banyak membantu membimbing saya tanpa lelah serta memberikan nasihat yang memotivasi, membangun, dan pengarahan sampai penulisan skripsi ini selesai
9. Ibu Yunial Laily Mutiari, S.H., M. Hum, selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
10. Ibu Rizka Nurliyantika, S.H., LL.M., selaku Dosen Pembimbing Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang telah membimbing selama masa KKL;
11. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan untuk dua orang paling berharga dalam hidup saya yaitu kedua orang tua, saya tidak mungkin sekuat dan sejauh ini tanpa ridho dan doa kedua orang tua saya;
12. Terimakasih juga untuk adik-adik tersayang, Fauzan dan Diva;
13. Terimakasih untuk seluruh keluarga besar atas doa, ridho dan dukungan yang telah diberikan;
14. Untuk sahabatku yang sudah menjadi tempatku berbagi cerita bahkan sejak masih di Sekolah Dasar, Hana;
15. Juga untuk teman-teman terdekatku yang banyak memberi dukungan selama penulisan skripsi ini, Opi, Inge, Areta, Lita, Salsa, Fika, Viona, Dela, Anca;

16. Terimakasih juga penulis ucapkan untuk para penghuni Nares Kost. Niken, Izma, Puspa, adik-adikku Allysa, Faza, Salsa, Sayyi yang sudah menjadi teman yang pandai menghibur, juga tempat penulis berbagi cerita;
17. Para Delegasi NMCC Acch XXIV 2022, Jaguar Simba yang selalu memberi dukungan antar satu sama lain;
18. Teman-teman ALSA LC Unsri;
19. dan juga teman-teman Kelompok 5 PLKH serta Kelompok KKL Kemenkumham. Levi, Marshanda dan Isvid;
20. Seluruh dosen, tenaga pengajar dan staf Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama proses perkuliahan;
21. Teman-teman seperjuangan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Angkatan 2019 dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberi semangat, doa dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis,



Maeha Noorlaila Patra

NIM. 02011381924453

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
F. Kerangka Teori.....	10
G. Metode Penelitian.....	13
1. Jenis Penelitian.....	13
2. Metode Pendekatan Penelitian.....	14
3. Sumber Bahan Hukum.....	15
4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum.....	16
5. Analisis Bahan Hukum.....	16
6. Metode Penarikan Kesimpulan.....	17

H. Sistematika Penulisan.....	17
-------------------------------	----

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual.....	19
1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual.....	19
2. Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual.....	20
3. Sejarah Kekayaan Intelektual.....	22
4. Dasar Filosofis Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.....	24
B. Tinjauan Umum Tentang Merek.....	30
1. Pengertian dan Dasar Hukum Merek.....	30
2. Fungsi Merek.....	32
3. Jenis Merek.....	33
4. Merek Tradisional dan Merek Non-Tradisional.....	34
C. Tinjauan Umum Tentang Aroma.....	36
1. Pengertian Aroma.....	36
2. Penggunaan Aroma Sebagai Strategi Pemasaran.....	38

BAB III PEMBAHASAN

A. Aroma sebagai Merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.....	40
1. Merek Berdasarkan Undang-Undang tentang Merek yang Berlaku di Indonesia	41
2. Faktor Aroma sebagai Salah Satu Unsur Merek.....	44
3. Syarat Permohonan Merek Non-Tradisional.....	47
4. Pendaftaran Merek Non-Tradisional.....	49
5. Merek yang Tidak Dapat Didaftarkan.....	50

6. Merek yang Harus Ditolak Pendaftarannya.....	52
7. Kendala Aroma sebagai Merek.....	53
B. Perbandingan Perlindungan Hukum Terhadap Aroma Sebagai Merek di Indonesia dengan Negara Anggota WIPO.....	61
1. Peraturan Nasional Negara Anggota WIPO yang Melindungi Aroma Sebagai Merek.....	63
2. Merek-Merek Aroma yang Telah Terdaftar di Luar Negeri.....	69
3. Perbandingan Ketentuan Hukum Merek di Indonesia Jika Dibanding dengan Ketentuan Internasional Lainnya.....	71

BAB IV PENUTUP

A. Simpulan.....	77
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA.....	79
----------------------------	-----------

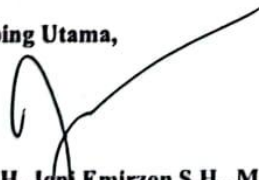
LAMPIRAN

ABSTRAK

Merek menurut Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis. Seiring berjalannya waktu, merek kini tak hanya sebatas tanda yang dapat ditampilkan secara grafis. Perkembangan lanjut ini dikenal sebagai merek non-tradisional. Merek non-tradisional terbagi menjadi dua yaitu merek non-tradisional visual dan merek non-tradisional non-visual. Aroma merupakan bagian dari merek non-tradisional non-visual yang telah diakui dan diberi perlindungan hukumnya oleh WIPO (*World Intellectual Property Organization*). Meskipun merek aroma telah diakui dan dilindungi oleh perjanjian internasional, merek aroma belum diatur secara jelas dalam perundang-undangan Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode yuridis-normatif, mengarah pada standar yang terdapat dalam ketentuan hukum berlaku yaitu undang-undang. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis tentang aroma sebagai tanda merek di Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 serta melihat perbandingan perlindungan yang diberikan oleh negara lain terhadap merek aroma jika dibandingkan dengan Indonesia. Hasil dari penelitian adalah aroma tidak dapat didaftarkan sebagai merek di Indonesia karena tidak memenuhi kategori barang yang dapat didaftarkan sebagaimana diatur dalam undang-undang. Sementara dari perspektif internasional tidak ada larangan dalam mendaftarkan aroma sebagai merek. Hal ini dilihat dari beberapa negara yang telah memberi perlindungan terhadap aroma merek. Indonesia belum memberi perlindungan terhadap aroma merek dikarenakan tidak adanya peraturan yang mengutamakan terpenuhinya syarat tampilan secara grafis yang harus dimiliki oleh sebuah merek sebelum didaftarkan.

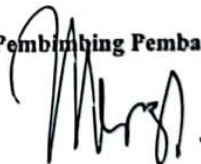
Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Merek, Aroma.

Pembimbing Utama,



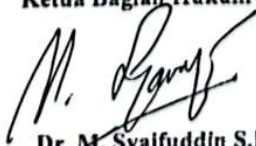
Prof. Dr. H. Jani Emirzon S.H., M.Hum.
NIP 196606171990011001

Pembimbing Pembantu,



Drs. H. Murzal, S.H., M.Hum.
NIP 196003121989031002

Mengetahui
Ketua Bagian Hukum Perdata,



Dr. M. Syaifuddin S.H., M.Hum.
NIP 197307281998021001

BABI PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.¹ Dengan ini, merek memiliki peran yang sangat penting di era perdagangan global terlebih untuk menjaga persaingan usaha agar tetap sehat.

Dalam era perdagangan global, merek lebih dari sekedar nama. Merek mencerminkan harga diri, pengalaman dan jaminan mutu terhadap suatu produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Hal ini membuat merek memiliki makna yang sangat penting bagi perusahaan dan bernilai tinggi. Selain itu merek juga dapat menjadi cerminan terhadap kepercayaan konsumen kepada suatu barang ataupun jasa perusahaan tertentu.

Merek sebagai tanda digunakan dengan tujuan memudahkan konsumen dalam mengenali suatu produk. Jika tidak ada merek dalam produk akan menghambat proses pemasaran dari produk tersebut. Tanpa adanya merek, masyarakat akan sulit menjelaskan ke orang lain mengenai produk yang dikonsumsinya. Merek yang dikenal banyak oleh masyarakat tentu akan lebih mudah untuk dipasarkan dan mendapatkan konsumen serta keuntungan secara finansial jika dibanding dengan merek biasa lainnya. Ketentuan mengenai perlindungan merek sudah ada sejak dilakukannya perjanjian Internasional TRIPs

¹ Ahmadi Miru, *Hukum Merek*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 13

(Agreement Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) yang dilakukan pada Tahun 1974 dan Indonesia menjadi salah satu negara yang menyetujui perjanjian tersebut.

Dengan adanya perjanjian internasional TRIPs, pemerintah wajib memberi perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual termasuk merek dagang sebagai salah satu bentuk dari kekayaan intelektual. Hingga kini, perlindungan terhadap merek di Indonesia sudah mengalami perkembangan dan menghasilkan beberapa perundang-undangan tentang merek di antaranya adalah Undang-Undang Merek Nomor 21 Tahun 1961, Undang-Undang Merek Nomor 19 Tahun 1992, Undang-Undang Merek Nomor 14 Tahun 1997, Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001, dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berlaku saat ini sebagai dasar hukum Merek.

Selain itu merek juga diatur dalam beberapa peraturan pemerintah terkait dengan merek yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2016 tentang jenis dan tarif atas penerimaan negara bukan pajak yang berlaku pada Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia, Peraturan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, Keputusan Jenderal Kekayaan Intelektual bidang merek yaitu Keputusan Direktur Jendral Kekayaan Intelektual Nomor HKI-02.KI.06.01 Tahun 2017 tentang penetapan Formulir Permohonan Merek.

Selain peraturan perundang-undangan nasional, merek juga terikat peraturan yang bersifat internasional seperti hasil dari Konvensi Paris Union yang diadakan tanggal 20 Maret 1883 yang khusus diadakan untuk memberikan

perlindungan pada hak milik perindustrian. Konvensi ini awalnya hanya ditandatangani oleh 11 negara hingga akhirnya anggota dari Konvensi Paris Union mengalami penambahan seiring dengan perbaikan-perbaikan yang dilakukan termasuk Indonesia.² Sebagai peserta dari Konvensi Paris Union, Indonesia juga turut serta dalam *International Union for the Protection of Industrial Property* yaitu organisasi Uni Internasional khusus untuk memberikan perlindungan Hak Milik Perindustrian yang sekarang sekretariatnya diatur oleh Sekretariat Internasional WIPO (*World Intellectual Property Organization*) yang berpusat di Jenewa, Swiss.

Perlindungan ketat terhadap merek secara internasional melalui WIPO dilakukan atas dasar agar tidak terjadinya pelanggaran hak, di mana terjadi suatu tindakan yang melanggar hak kekayaan intelektual atas merek seperti penggunaan hak oleh orang lain yang bukan pemegang hak tersebut.³

WIPO sebagai organisasi yang melindungi kekayaan intelektual dalam lingkup internasional di bawah naungan PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) menuliskan definisi merek sebagai berikut:⁴

“A trademark is a sign capable of distinguishing the goods or services of one enterprise from those of other enterprises. Trademarks are protected by intellectual property rights.”

² OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), 2010, hlm. 338

³ Tamotsu Hozumi, *Asian Copyright Handbook (Indonesian Version)*, (Jakarta: Ikapi), 2006, hlm. 39

⁴ <https://www.wipo.int/trademarks/en/> (diakses pada 5 Oktober 2022 pukul 10.15)

WIPO juga mengatur mengenai hal-hal yang dapat didaftarkan sebagai merek sebagaimana tertulis:⁵

“A word or a combination of words, letters, and numerals can perfectly constitute a trademark. But trademarks may also consist of drawings, symbols, three-dimensional features such as the shape and packaging of goods, non-visible signs such as sounds or fragrances, or color shades used as distinguishing features – the possibilities are almost limitless.”

Dapat diartikan bahwa jenis merek yang dapat didaftarkan menurut WIPO di antara lainnya adalah kalimat, kombinasi dari kata, huruf, nomor, berbentuk gambar, simbol, berbentuk tiga dimensi seperti bentuk atau kemasan suatu barang. Selain itu, merek juga dapat tak terlihat seperti suara, wewangian hingga corak warna tertentu.

Sementara dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis diatur mengenai pengertian merek serta hal-hal yang dapat didaftarkan sebagai merek, disebutkan bahwa:⁶

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (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.”

Baik ketentuan WIPO ataupun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, keduanya menyebutkan bahwa merek terbagi menjadi dua: berbentuk dua dimensi (tradisional) dan tiga dimensi (non-tradisional).

⁵ *Ibid*

⁶ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. *Merek dan Indikasi Geografis*. 25 November 2016. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252. Jakarta

Merek non-tradisional adalah bentuk perkembangan dari merek tradisional. Merek dipercaya tidak lagi terbatas dalam bentuk gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur yang memiliki daya pembeda serta digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa⁷, hal-hal dalam bentuk tiga dimensi lainnya seperti suara ataupun hologram juga dapat didaftarkan sebagai merek.

Mengenai merek non-tradisional sendiri, WIPO dalam forum *Sixteenth Session of Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications* yang dilaksanakan pada tanggal 13 November 2006 dalam agenda forum *New Types of Marks* dijelaskan bahwasanya tanda dari merek baru atau merek non-tradisional terbagi menjadi dua yaitu *Visible* (terlihat) dan *Invisible* (tidak terlihat). Yang termasuk dalam *visible sign* adalah:⁸

1. *Three-dimensional marks* (merek tiga dimensi)
2. *Color marks* (merek dalam bentuk warna)
3. *Holograms* (hologram)
4. *Slogans* (slogan)
5. *Titles of films and books* (judul film dan buku)
6. *Motion or multimedia signs* (multimedia dan tanda gerak)
7. *Position marks* (merek posisi)
8. *Gesture marks* (merek gestur)

⁷ Roberto Carapeto, "A Reflection About the Introduction of Non-Traditional Trademark", *Waseda Bulletin of Comparative Law*, Volume 34. hlm.25

⁸ https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_16/sct_16_2.pdf (diakses pada 9 Oktober 2022 pukul 11.02)

Sementara yang termasuk dalam *non-visible sign* adalah:⁹

1. *Sound marks* (merek suara)
2. *Olfactory marks* (merek wewangian)
3. *Taste marks* (merek rasa)
4. *Texture or feel marks* (merek tekstur dan rasa)

Luasnya ketentuan atas tanda ataupun bentuk yang dapat didaftarkan sebagai merek oleh WIPO tentunya dapat membuat Indonesia melakukan perkembangan terhadap perlindungan hukum atas merek. Penyesuaian perlu dilakukan mengingat terus terjadi perkembangan dalam ketentuan merek terutama merek non-tradisional seperti salah satu halnya adalah aroma yang belum memiliki ketentuan hukum apapun di Indonesia.

Merek dalam bentuk aroma sudah terlebih dahulu diterima di beberapa negara, salah satunya pada tanggal 11 Desember 1996, *Vennootschap onder Firma Senta Aromatic Marketing* yang berlokasi di Belanda mendaftarkan aroma rumput yang baru dipangkas (*the smell of fresh cut grass trademark*) dan diterima oleh beberapa negara Uni Eropa. Didefinisikan bahwa aroma merek yang diajukan adalah:¹⁰

“The smell of freshly cut grass is a distinct smell which everyone immediately recognises from experience. For many, the scent or fragrance of freshly cut grass reminds them of spring, or summer, manicured lawns or playing fields, or other such pleasant experiences.”

⁹ *Ibid*

¹⁰ Trade Marks Act 1994 In The Matter Of Application No: 2000169 By John Lewis Of Hungerford Limited To Register A Trade Mark In Class 20. <https://www.ipo.gov.uk/t-challenge-decision-results/o20300.pdf> (diakses pada 10 Oktober 2022 pukul 08.27)

Pada Tahun 2017, *Hasbro, Inc.* selaku perusahaan mainan mendaftarkan aroma mainan *Play-Doh* sebagai merek. Pengajuan merek tersebut diterima satu tahun kemudian oleh *United States Patent and Trademark office*. Deskripsi aroma merek *Play-Doh* oleh *Hasbro, Inc.* sendiri adalah:¹¹

“The mark is a scent of a sweet, slightly musky, vanilla fragrance, with slight overtones of cherry, combined with the smell of a salted, wheat-based dough”

Selain aroma rumput yang baru dipangkas dan aroma *Play-Doh*, merek dengan aroma buah-buahan seperti anggur, jeruk serta lemon untuk oli juga telah terdaftar di beberapa negara Uni Eropa.¹²

Berdasarkan beberapa contoh tersebut, jelas bahwa beberapa negara di dunia seperti Amerika Serikat, Jepang, Inggris dan beberapa negara Eropa lainnya mengatur secara jelas mengenai perlindungan hukum terhadap aroma sebagai merek non-tradisional.

Dalam praktiknya, aroma akan sulit untuk didaftarkan sebagai merek dikarenakan aroma yang diajukan sebagai merek bukanlah esensi dari produk yang dijual seperti halnya parfum. Aroma yang dapat didaftarkan sebagai merek hanya bersifat sebagai daya pembeda produk suatu perusahaan dengan produk perusahaan lainnya.

Tidak ada larangan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis bagi pelaku usaha untuk mendaftarkan

¹¹ <https://trademarks.justia.com/873/35/non-visual-play-doh-scent-87335817.html> (diakses pada 9 Oktober 2022 pukul 12.01)

¹² Rahmi Jened Parinduri, *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana), 2015, hlm. 86

aroma sebagai merek, atau lebih tepatnya belum diatur secara jelas mengenai perlindungan hukum yang dapat diberikan terhadap aroma sebagai merek tersebut.

Dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis disebutkan beberapa merek non-tradisional yang mendapat perlindungan hukum di antaranya adalah merek dalam bentuk tiga dimensi, warna, hologram dan suara. Belum adanya perlindungan hukum terhadap aroma sebagai merek dapat menjadi pertimbangan bagi Indonesia untuk menyesuaikan perkembangan perlindungan hukum mereknya dengan negara lain. Seiring berjalan waktu, akan terus terjadi perkembangan dalam perlindungan merek terutama merek non-tradisional, di mana di kemudian hari akan terdapat beragam bentuk yang jauh lebih kompleks untuk didaftarkan sebagai merek.

Sehingga dari uraian di atas, penulis tertarik mengkaji lebih lanjut mengenai perlindungan aroma sebagai merek dan menulis skripsi dengan judul :

“Perlindungan Hukum Terhadap Aroma Sebagai Merek (*Olfactory Marks*) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah aroma dapat menjadi objek perlindungan hukum merek di Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?
2. Bagaimana perbandingan perlindungan hukum terhadap aroma sebagai merek di Indonesia dengan negara anggota WIPO lainnya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan memahami jika aroma dapat menjadi objek hukum merek di Indonesia serta perlindungan yang didapatkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Untuk mengetahui dan memahami perbedaan perlindungan hukum terhadap aroma sebagai merek ditinjau dari perspektif Internasional dengan negara WIPO lainnya.

D. Manfaat Penelitian

1. Segi Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam pengembangan ilmu hukum khususnya yang berkaitan dengan merek dagang. Juga untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi bagi pembaca agar di kemudian hari dapat dikembangkan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Segi Praktis

Hasil penelitian diharapkan bermanfaat dalam memberi wawasan bagi para peneliti yang mengkaji merek non-tradisional dalam upaya pembaharuan terhadap perlindungan kekayaan intelektual merek di Indonesia serta menjadi masukan bagi badan legislatif yang bertanggung jawab dalam pembuatan undang-undang.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup permasalahan dalam skripsi ini dibatasi hanya mengenai perlindungan hukum terhadap merek non-tradisional di Indonesia sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2006 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

F. Kerangka Teori

Kerangka teori adalah satu hal yang diperlukan dalam melakukan penelitian. Kerangka teori sendiri adalah kerangka pemikiran terkait suatu permasalahan yang menjadi perbandingan dasar secara teoretis. Fungsi teori dalam penelitian adalah sebagai arahan ataupun pedoman serta menjelaskan lebih lanjut mengenai penelitian yang diamati. Penelitian ini adalah penelitian normatif, kerangka teori diarahkan secara yuridis yang artinya dapat memahami objek penelitian ke dalam yurisprudensi serta peraturan-peraturan lainnya yang berkaitan dengan hukum kekayaan intelektual terutama mengenai merek. Penelitian ini ditulis menggunakan teori sebagai berikut:

1. Teori Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual merupakan terjemahan resmi dari *Intellectual Property Rights* yang dalam bahasa Belanda lebih dikenal sebagai *Intellectueel Eigendom*.¹³ Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak yang lahir untuk melindungi kemampuan intelektual manusia berupa penemuan-penemuan baik dalam bidang teknologi, akademis, seni ataupun sastra yang merupakan objek dari hak kekayaan intelektual. Dalam kedudukan hukumnya, hak kekayaan intelektual merupakan bagian dari hukum perdata. Namun dapat digolongkan hukum pidana apabila terdapat pelanggaran atas hak tersebut yang diatur pada Pasal 100 sampai dengan Pasal 103 BAB XVIII Ketentuan Pidana Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Menurut pendapat Robert C Sherwood, terdapat 5 (lima) teori dasar dalam perlindungan Hak Kekayaan Intelektual, di antaranya:¹⁴

a. *Reward Theory*

Teori ini memberi pengakuan terhadap pencipta atau penemu sebagai bentuk penghargaan atas upaya kreatifnya dalam menghasilkan karya-karya intelektual.

b. *Recovery Theory*

¹³ Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Malang: Setara Press, 2018), hlm. 1

¹⁴ Ranti Fausa Mayana, *Perlindungan Desain Industri Di Indonesia Dalam Era Perdagangan Bebas*, (Jakarta: Grasindo, 2004), hlm. 46

Teori ini menyatakan bahwa pencipta ataupun penemu yang telah mengeluarkan waktu, biaya dan tenaga dalam menghasilkan karya intelektualnya berhak mendapat timbal balik berupa perolehan kembali penemuan yang bermanfaat tersebut.

c. Incentive Theory

Teori ini diperlukan untuk memberikan motivasi bagi para pencipta atau penemu untuk mengupayakan lahirnya kegiatan-kegiatan penelitian yang bermanfaat.

d. Risk Theory

Diperolehnya perlindungan terhadap hasil karya intelektual atas dasar risiko yang dialami pencipta atau penemu dalam proses pembuatan karya tersebut.

e. Economic Growth Stimulus Theory

Teori ini mengakui bahwa perlindungan atas Hak Kekayaan Intelektual merupakan suatu alat pembangunan dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Kelima teori tersebut menjadi dasar bagi pemerintah untuk memberikan perlindungan atas hak kekayaan intelektual sebagai bentuk apresiasi dari negara kepada para penemu ataupun pencipta yang telah mengeluarkan waktu dan ilmunya hingga menghasilkan suatu penelitian yang bermanfaat bagi masyarakat banyak.

2. Teori Kepastian Hukum

Teori kepastian hukum adalah teori yang bersifat sebagai peraturan yang diundangkan secara pasti karena mengatur secara jelas dan logis sehingga tidak akan menimbulkan sebuah keraguan. Menurut Maxeiner, kepastian hukum memiliki dua fungsi di antaranya adalah untuk menuntun agar masyarakat dapat patuh pada hukum yang sedang berlaku dan juga melindungi masyarakat terhadap perbuatan pemerintah yang sewenang-wenang yang sekiranya dapat menggunakan kekuatan yang dimiliki dalam pembuatan maupun penegakan aturan hukum.¹⁵

G. Metode Penelitian

Pengumpulan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian normatif. Penelitian normatif atau yang juga dikenal sebagai penelitian hukum doktrinal adalah studi dokumen di mana sumber dari penelitian ini berupa sumber hukum seperti perundang-undangan, ketetapan pengadilan, kontrak atau perjanjian, teori-teori hukum dan pendapat sarjana. Penelitian secara normatif disebut sebagai penelitian hukum doktrinal dikarenakan penelitian ini dilakukan serta ditujukan terhadap peraturan tertulis dan atau sumber hukum lainnya yang berlaku.¹⁶

¹⁵ Samudra Putra Indratanto, Nurainun, Kristoforus Laga Kleden, "Asas Kepastian Hukum Dalam Implementasi Putusan Mahkamah Konstitusi Berbentuk Peraturan Lembaga Negara Dan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang", *Jurnal Imu Hukum*, Vol. 16 No. 1 (2020), 88-100

¹⁶ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram: Mataram University Press, 2020), hlm. 45

Penelitian hukum yang dilakukan secara normatif ini akan menjawab pertanyaan mengenai perlindungan hukum terhadap aroma sebagai merek non-tradisional jika dikaji melalui perundang-undangan yang tengah berlaku terutama Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

2. Metode Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan perundang-undangan, yaitu suatu metode pendekatan yang dilakukan dalam sebuah penelitian dan mengutamakan bahan peraturan perundang-undangan sebagai sumber utama dalam dilakukannya sebuah penelitian. Pendekatan ini dilakukan dengan cara menelaah semua peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu hukum yang tengah dihadapi. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan cara mempelajari konsistensi ataupun kesesuaian antara undang-undang yang satu dengan undang-undang yang lainnya.¹⁷ Oleh karena itu, dalam pendekatan perundang-undangan peneliti tidak hanya melihat bentuk perundang-undangan yang tengah berlaku, namun juga menelaah materi muatannya.

Selain pendekatan perundang-undangan digunakan juga metode perbandingan hukum dalam pendekatan penelitian. Menurut Rudolf B. Schlesinger, perbandingan hukum adalah metode penyelidikan dengan tujuan memperoleh pengetahuan yang lebih dalam mengenai bahan hukum tertentu. Perbandingan hukum bukan suatu perangkat peraturan, asas-asas hukum, dan juga bukan suatu cabang hukum, melainkan teknik untuk menghadapi unsur hukum

¹⁷ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 105

asing dari suatu masalah hukum. Tujuan dilakukannya perbandingan hukum adalah untuk mengetahui persamaan dan perbedaan masing-masing sistem hukum yang diteliti.¹⁸

3. Sumber Bahan Hukum

Dalam penelitian ini diperlukannya sumber bahan hukum, yang terdiri dari:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer berasal dari sumber-sumber hukum yang mempunyai kekuatan hukum mengikat. Beberapa Bahan Hukum Primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
2. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
3. Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2016 tentang Jenis dan Tarif atas Penerimaan Negara Bukan Pajak Yang Berlaku Pada Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia
4. Peraturan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek
5. Keputusan Jenderal Kekayaan Intelektual bidang merek yaitu Keputusan Direktur Jendral Kekayaan Intelektual Nomor HKI-02.KI.06.01 Tahun 2017 tentang Penetapan Formulir Permohonan Merek

¹⁸ Derita Prapti Rahayu, Sulaiman, “*Metode Penelitian Hukum Edisi Revisi*” (Yogyakarta: Penerbit Thafa Media, 2020), hlm. 94

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan lebih dari bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder dapat berupa karya ilmiah ataupun literatur lainnya yang ditulis oleh para ahli yang berkaitan dengan penelitian.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang memberikan petunjuk serta penjelasan lebih berkaitan dengan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Yang termasuk dalam bahan hukum tersier di antaranya adalah KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Ensiklopedia, serta informasi dari media dalam bentuk cetak maupun elektronik yang masih memiliki kaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Dalam penelitian ini digunakan studi kepustakaan sebagai teknik pengumpulan bahan hukum. Pengumpulan data dengan cara studi kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder melalui kegiatan membaca, mengutip serta menelaah sumber peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, serta hasil penelitian.

5. Analisis Bahan Hukum

Metode yang digunakan dalam analisis bahan hukum dari penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Metode penelitian secara kualitatif adalah metode yang berlandas pada filsafat *post positivisme*. Metode ini sering kali dipakai untuk meneliti suatu objek dengan kondisi yang alamiah (sebagai lawannya adalah

eksperimen), di mana peneliti memiliki peran penting sebagai instrumen kunci dalam penelitian, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan secara *purposive sampling* dan *snowball sampling*, teknik pengumpulan dengan *triangulasi* (gabungan) dan analisis data yang bersifat induktif ataupun kualitatif. Hasil dari penelitian kualitatif ini juga lebih menekankan makna dari pada generalisasi.¹⁹

6. Metode Penarikan Kesimpulan

Data-data yang sudah diperoleh dan kemudian dianalisa secara kualitatif,²⁰ yaitu dengan dilakukannya pengamatan data-data yang telah diperoleh dan dihubungkan tiap data tersebut dengan ketentuan ataupun asas-asas hukum berlaku terkait permasalahan yang sedang diteliti menggunakan logika induktif, yakni cara berpikir dari hal khusus menuju hal yang lebih umum. Selanjutnya interpretasi dan kontruksi hukum dapat dianalisis kembali menggunakan metode kualitatif hingga dapat ditarik kesimpulan menggunakan metode deduktif dan menghasilkan sebuah kesimpulan yang bersifat umum terhadap permasalahan serta tujuan dari penelitian.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah untuk memberi gambaran yang jelas dan komprehensif mengenai penulisan ini agar pembahasan tidak keluar dari fokus penelitian. Berikut sistematika penulisannya:

BAB I : PENDAHULUAN, bab ini adalah pendahuluan dari penulisan skripsi yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat

¹⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 15

²⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 103

penelitian, kerangka teori, ruang lingkup penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA, dalam bab ini berisi tinjauan pustaka mengenai penulisan skripsi yang akan menjelaskan lebih lanjut mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Aroma Sebagai Merek (*Olfactory Marks*) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

BAB III : PEMBAHASAN, berisi tentang pembahasan mengenai permasalahan utama dari Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Aroma Sebagai Merek (*Olfactory Marks*) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

BAB IV : PENUTUP, merupakan penutupan dari penulisan skripsi yang berisi kesimpulan atas analisis terhadap data-data hukum serta saran dari peneliti terhadap penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU-BUKU

Ahmadi Miru. 2005. *Hukum Merek*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Arif Lutviansori. 2010. *Hak Cipta dan Perlindungan Folklor di Indonesia*.
Yogyakarta: Graha Ilmu

Arthur Lewis. 2014. *Dasar-Dasar Hukum Bisnis*, Bandung: Nusa Media

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. 2009. *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual*. Tangerang: Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia

Granstrand, O. 1999. *The Economics and Management of Intellectual Property: Towards Intellectual Capitalism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited

Haris Munandar & Sally Sitanggang. 2008. *Mengenai Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merk dan Seluk-beluknya*. Jakarta: Erlangga

Henry Soelistyo. 2017. *BadFaith Dalam Hukum Merek*. Yogyakarta: Mahasa

H.M.N. Purwo Sutjipto. 2007. *Pengertian Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Kencana

John Locke. 2004. *Two Treatises of Government*. USA: Barnes & Noble Publishing, Inc

Khoirul Hidayah. 2008. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press

-----, 2013. *Hukum HKI (Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia)*. Malang: UIN Maliki Press

Kholis Roisah. 2015. *Konsep Hukum Kekayaan Intelektual (HKI) Sejarah, Pengertian dan Filosofi Pengakuan HKI dari Masa ke Masa*. Malang: Setara Press.

Lexy J. Moleong. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Muhaimin. 2020. *Metode Penelitian Hukum*, Mataram: Mataram University Press

OK. Saidin. 2010. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Rahmi Jened Parinduri. 2015. *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Kencana

Ranti Fausa Mayana. 2004. *Perlindungan Desain Industri Di Indonesia Dalam Era Perdagangan Bebas*. Jakarta: Grasindo

Rika Ratna Permata, Sudaryat & Sudjana. 2010. *Hak Kekayaan Intelektual Memahami dasar, Cakupan, dan Undang-Undang Yang Berlaku*. Bandung: Oase Media

Sudjana. 2021. *Hak Kekayaan Intelektual (Edisi 2) Modul 1*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka

Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Suryatin. 1980. *Hukum Dagang I dan II*. Jakarta: Pradnya Paramita

Tamotsu Hoazumi. 2006. *Asian Copyright Handbook (Indonesian Version)*. Jakarta: Ikapi

Tomi Suryo Utomo. 2010. *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*. Yogyakarta: Graha Ilmu

------. 2010. *Hak Kekayaan Intelektual di era Global*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Zainuddin Ali. 2009. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika

JURNAL

Haedah Faradz, (2008), “Perlindungan Hak Atas Merek”, *Jurnal Dinamika Hukum Fakultas Hukum Universitas Jenderal Soedirman*, Vol. 8 No. 1

Indra Maasawet, (2017), “Perlindungan Merek Berbasis Daya Pembeda Di Indonesia”, *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, Vol. 1 No. 1

James Hughes (1988), “The Philosophy of Intellectual Property”, *Georgetown Law Journal*

Linda Annika Erlandsson, (2004), “The future of Scents as Trademarks in the European Community Based on A Comparison to the American Experience”

Roberto Carapeto, “A Reflection About the Introduction of Non-Traditional Trademark”, *Waseda Bulletin of Comparative Law*, Vol. 34

Samudra Putra Indratanto, Nurainun, Kristoforus Laga Kleden, (2020), “Asas Kepastian Hukum Dalam Implementasi Putusan Mahkamah Konstitusi Berbentuk Peraturan Lembaga Negara Dan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 16 No. 1

Yayuk Sugiarti, (2016), “Perlindungan Merek Bagi Pemegang Hak Merek Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek”, *Jurnal Jendela Hukum*, Vol. 3 No. 1

William Fisher, (2001), “Theories of Intellectual Property”, *New Essays in the Legal and Political Theory of Property*, Cambridge University Press.

PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Merek dan Indikasi Geografis. 25 November 2016. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252. Jakarta

INTERNET

<https://www.wipo.int/trademarks/en/> (diakses pada 5 Oktober 2022 pukul 10.15)

https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_16/sct_16_2.pdf (diakses pada 9 Oktober 2022 pukul 11.02)

<https://trademarks.justia.com/873/35/non-visual-play-doh-scent-87335817.html> (diakses pada 9 Oktober 2022 pukul 12.01)

Trade Marks Act 1994 In the Matter of Application No: 2000169 By John Lewis Of Hungerford Limited To Register A Trade Mark In Class 20. <https://www.ipo.gov.uk/t-challenge-decision-results/o20300.pdf> (diakses pada 10 Oktober 2022 pukul 08.27)

WIPO/IP/MCT/APR/04/2: General Introduction to Intellectual Property
(diakses dari www.wipo.int. pada 15 Desember 2022 pukul 12:40)

Aulmann, Juan Martín dan Daniel R Zuccherino, First Scent Trademark Registered, 2009, <https://www.lexology.com/Commentary/Intellectual-Property/Argentina/Obligado-Cia/First-Scent-Trademark-Registered> (diakses pada 23 Desember 2022 pukul 0:21)

NOTARY NEWS ID: “Upaya Menaikan Kelas UMKM Melalui Merek Kolektif” <https://notarynews.id/upaya-menaikan-kelas-umkm-melalui-merek-kolektif/#:~:text=Sebagai%20salah%20satu%20contoh%20merek,ada%20di%20Indonesia%2C%20yakni%20Lupba.> (diakses pada 10 Januari 2023 pukul 11:09)

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/aroma>, (diakses pada 10 Januari 2023 pukul 11:28)

Catherine Rouby, Benoist Schaal, Daniele Dubois. Remi Garvis, A. Holley, Olfaction, Taste, and Cognition, <https://books.google.co.id/books?id=aY17S6lcBHgC&printsec=frontcover&dq=Olfaction,+taste,+a&hl=id#v=onepage&q&f=false> (diakses pada 10 Januari 2023 pukul 16:12)

<https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/1557334> (diakses pada 19 Januari 2023 pukul 07:00)

Stavroula Karapapa, Registering Scents As Community Trademarks, 2010, <https://www.researchgate.net/publication/322702550> (diakses pada 7 Februari 2023 pukul 11:30)

<https://trademarks.justia.com/864/67/n-86467988.html> (diakses pada 7 Februari 2023 pukul 11:50)

Carsteen Schaal, “The Registration of Smell Trademarks in Europe: another EU Harmonisation Challenge”, *Lex e-Scripta Law Journal*, <https://www.inter-lawyer.com/lex-e-scripta/articles/trademarks-registration-smell-EU.htm> (diakses pada 9 Februari 2023 pukul 12:00)

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A62000CJ0273> (diakses pada 9 Februari 2023 pukul 13:00) KN Adli, B Pramudono, “Studi Campuran Surfactant Untuk Menentukan Fungsi Solubilizer dan Fixative Pada Industri Parfum”, *Jurnal MIPA*. Vol. 38 No. 1 (2015), 58.

<https://www.agilent.com/en/product/gas-chromatography/what-is-gas-chromatography> (diakses pada 9 Februari 2023 pukul 15:00)

<https://bitesizebio.com/28687/carrying-gas-chromatography/> (diakses pada 9 Februari 2023 pukul 16:25)

<https://foxip.co.id/news/detail/mengenal-wipo-dan-sejarahinya> (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 08:00)

<https://www.wipo.int/trademarks/en/> (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 08:00)

https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_16/sct_16_2.pdf (diakses pada 9 Oktober 2022 pukul 11.02)

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX:31989L0104> (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 11:00)

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009R0207> (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 11:45)

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32015L2436> (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 12:22)

Joseph A. Califano Jr.. “FDA Consumer”, University of Minnesota Library, 1977, <https://books.google.co.id/books?id=JQ7IYYGEEiMC> (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 13:01)

https://www.uspto.gov/sites/default/files/trademarks/law/Trademark_Statutes.pdf (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 13:14)

<https://tmep.uspto.gov/RDMS/TMEP/current#/current/TMEP-800d1e1656.html> (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 13:43)

https://www.uaipit.com/uploads/legislacion/files/1348825014_3.trademark_sact1995_australia.pdf (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 14:19)

<https://www.ipaustralia.gov.au/trade-marks/what-are-trade-marks/types-of-trade-marks> (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 14:35)

<https://trademarks.justia.com/873/35/non-visual-play-doh-scent-87335817.html> (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 15:00)

<https://tsdr.uspto.gov/#caseNumber=86265443> (diakses pada 10 Februari 2023 pukul 15:10)

World Intellectual Property Organization, New Type of Marks,
https://www.wipo.int/meetings/en/doc_details.jsp?doc_id=66012 (diakses pada 4
Maret 2023 pukul 13:08)