

TERDAFTARNYA KATA UMUM "AJAIB" SEBAGAI MEREK PADA DAFTAR UMUM MEREK

Shafa Bakadam

(Mahasiswa Strata 1 Program Ilmu Hukum Fakultas Hukum, Universitas Trisakti)
(shafabakadam@gmail.com)

Rr. Aline Gratika Nugrahani

(Dosen Fakultas Hukum, Universitas Trisakti)
(rr.aline@trisakti.ac.id)

ABSTRAK

Pada Pangkalan Data Kekayaan Intelektual ditemukan 4 (empat) kata "Ajaib" yang digunakan sebagai merek dengan status telah terdaftar. Pada pasal 20 huruf f Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan merek tidak dapat didaftar apabila merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum. Pokok permasalahannya adalah apakah kata Ajaib tidak termasuk ke dalam kategori kata umum sehingga pendaftarannya diterima dan bagaimana akibat hukum terhadap diterimanya pendaftaran kata umum sebagai merek serta upaya hukum apa yang dapat dilakukan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif, dengan data sekunder yang ditunjang oleh data primer. Sifat penelitian bersifat deskriptif dan penarikan kesimpulan dengan metode deduktif. Berdasarkan hasil penelitian kata Ajaib merupakan kata umum sehingga tidak dapat diterima pendaftarannya sebagai merek.

Kata Kunci: Merek, Kata Umum, Pendaftaran Merek.

PENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual ialah hak yang penting untuk dilindungi. Salah satu ruang lingkup dari Hak Kekayaan Intelektual adalah Merek yang merupakan bagian dari Hak Kekayaan Industri. Hak Kekayaan Intelektual perlu mendapatkan perlindungan dikarenakan Hak Kekayaan Intelektual tersebut adalah hasil dari olah pikir intelektual seseorang. Hasil atas olah pikir pencipta tersebut perlu untuk dilindungi sebagai bentuk penghargaan atas upaya pencipta tersebut dalam menciptakan suatu karya.

Merek sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual telah memiliki pengaturannya tersendiri, yakni diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan pengertian mengenai Merek, yakni "Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, angka, huruf, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, ataupun kombinasi dari 2 (dua) ataupun lebih unsur tersebut untuk

membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa."¹

Dalam dunia perdagangan, merek dapat menjadi identitas atau tanda pengenal dari suatu barang ataupun jasa untuk menghindari peniruan oleh pihak lain. Dengan memiliki merek atas produk yang diperdagangkan, maka terhadap produk tersebut dapat dikenali secara mudah oleh para konsumen. Merek dagang pada kehidupan sehari-hari memiliki fungsi menjadi pembeda antara produk satu dengan lain produk, walaupun banyak ditemukan pelaku bisnis yang memproduksi produk yang serupa, cara ini dapat dilakukan dengan memiliki suatu merek yang menjadi ciri khas baik dari sisi logo, kombinasi warna, atau dapat juga dengan melakukan kombinasi atas unsur-unsur dalam merek yang berfungsi sebagai suatu daya pembeda agar mudah dikenali oleh masyarakat selaku konsumen, karena suatu merek dapat menjadi identitas dari suatu barang dan/atau jasa yang mempunyai nilai ekonomis oleh pelaku bisnis tersebut dan berfungsi untuk jaminan mutu terhadap barang ataupun jasa yang ditawarkan.

Keberadaan merek di mata konsumen tidak hanya menunjukkan nama atas suatu produk, merek dalam hal ini mempunyai peran yang lebih daripada itu, yakni merek sekaligus berperan dalam memberikan keunggulan dari suatu produk yang dapat menjadi pembeda antara produk tersebut dengan produk yang lain.² Hal ini menunjukkan begitu pentingnya sebuah merek, sehingga para pelaku usaha berupaya untuk membuat merek miliknya menjadi semenarik mungkin. Namun, tidak sedikit para pelaku usaha yang melupakan syarat-syarat untuk sebuah merek sebagaimana yang telah ditentukan oleh Undang-Undang.

Saat ini, banyak beredar merek-merek yang menggunakan nama atau kata umum. Sebagai contoh, terdapat rumah makan Padang dengan merek Sederhana, penggunaan kata Sederhana ini merupakan suatu kata umum yang seringkali ditemukan dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Begitu juga dengan merek sistem pembayaran non tunai seperti aplikasi dompet digital Dana, padahal Dana merupakan salah satu kosakata yang seringkali ditemui dalam masyarakat. Selain dari dua merek tersebut, penulis juga menemukan satu kata umum yang dipergunakan dan didaftarkan sebagai merek oleh lebih dari satu pemilik merek. Pada Pangkalan Data Kekayaan Intelektual, penulis menemukan kata Ajaib didaftarkan oleh lebih dari satu pendaftar oleh pemilik yang berbeda-beda

Pengaturan mengenai merek saat ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam Pasal 20 UU No. 20 Tahun 2016 mengatur ketentuan-ketentuan mengenai merek yang tidak dapat didaftarkan, salah satunya ialah ketentuan pada Pasal 20 huruf f Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang menyatakan bahwa "Merek tidak dapat didaftar jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum."³ Berkaitan dengan hal tersebut, pada artikel ini akan membahas apakah kata "Ajaib" tidak termasuk ke dalam kategori kata umum berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sehingga pendaftarannya diterima oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, serta akan membahas mengenai bagaimana akibat hukum terhadap diterimanya suatu pendaftaran kata umum sebagai merek dan upaya hukum apa yang

¹ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 angka 1.

² M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. (Surabaya: Qiara Media, 2019), hal 156.

³ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, *Op.Cit.*, Pasal 20 huruf f

dapat dilakukan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yang merupakan penelitian hukum dengan cara meneliti suatu bahan pustaka ataupun suatu data sekunder yang berkaitan dengan Merek. Sifat penelitian dalam penulisan ini ialah bersifat deskriptif, yakni menggambarkan ketentuan terkait pendaftaran kata umum yang digunakan sebagai merek berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah Data Sekunder yang ditunjang oleh Data Primer. Data Sekunder terbagi menjadi 3 (tiga) bagian, antara lain bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer pada penelitian ini adalah Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Bahan Hukum Sekunder pada penelitian ini meliputi buku-buku, jurnal, artikel, serta hasil penelitian lain yang memiliki keterkaitan dengan Merek khususnya mengenai pendaftaran kata umum yang digunakan sebagai merek. Serta Bahan Hukum Tersier yang digunakan pada penelitian ini ialah Kamus Besar Bahasa Indonesia. Selain daripada data sekunder, penelitian ini juga ditunjang oleh Data Primer yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pihak Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual yang memiliki pemahaman lebih mendalam terkait permasalahan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) khususnya mengenai pendaftaran kata umum sebagai merek.

Pengumpulan data pada penulisan ini dilakukan dengan suatu cara studi kepustakaan yang diperkuat dengan hasil wawancara. Analisis data dilakukan menggunakan metode kualitatif, yakni penelitian yang menghasilkan suatu data deskriptif berupa kata tertulis dari perilaku yang mampu dilaksanakan dengan pengamatan.⁴ Cara penarikan kesimpulan dilakukan melalui metode pikir deduktif, atau mengambil kesimpulan konkrit dari sesuatu yang abstrak.

HASIL PENELITIAN

Dalam Undang-Undang Merek menentukan bahwa suatu nama umum tidak dapat didaftarkan sebagai merek. Sebuah merek terdaftar yang merupakan suatu nama umum atau kata milik umum akan menimbulkan permasalahan di masyarakat. Merek adalah suatu monopoli yang disahkan menurut hukum (*Legalized Monopoly*) namun terdapat nama atau tanda yang tidak dapat dimonopoli, termasuk juga nama atau tanda yang merupakan milik umum.

Tomy Pasca Rifai menyatakan bahwa suatu yang bersifat umum serta menjadi milik umum tak dapat dipakai sebagai merek. Sebagai contoh, dalam hal ini misalnya terhadap tanda tengkorak di atas dua tulang yang bersilang, pada umumnya tanda tersebut dikenal sebagai suatu tanda bahaya. Tanda seperti itu merupakan tanda yang bersifat umum dan merupakan tanda umum maka sudah sepantasnya hal tersebut tidak dapat dipergunakan hanya oleh pihak-pihak tertentu untuk tujuan serta keperluan pribadi secara sepihak. Tanda-tanda yang demikian harus dipergunakan secara bebas

⁴ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*. (Yogyakarta: Teras, 2011), hal 64.

dalam kehidupan masyarakat untuk kepentingan umum. Sehingga dengan hal tersebut tanda-tanda yang demikian tak bisa dipergunakan sebagai merek.⁵

Selain itu Suyud Margono menyatakan bahwa dalam mencari kata yang telah menjadi milik umum tahapan pertama yang perlu dilakukan ialah mengacu pada kamus terlebih dahulu. Apabila kata yang bersangkutan tidak tercantum di dalam kamus, maka dapat mengacu pada kata yang umum digunakan dalam perdagangan. Dengan ini suatu kata yang sudah menjadi milik umum dapat diartikan sebagai kata-kata yang telah biasa digunakan oleh masyarakat.

Terdapat suatu kasus mengenai pendaftaran kata umum sebagai merek, yaitu kasus Merek Mendoan. Permasalahan terkait kasus Merek Mendoan bermula sejak didaftarkannya permohonan hak atas merek Mendoan oleh pengusaha Fudji Wong di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual pada tanggal 15 Mei 2008. Fudji Wong melakukan pendaftaran permohonan merek Mendoan dan mendapatkan sertifikat hak eksklusif atas merek Mendoan untuk kelas barang 29 yang terdaftar sejak 23 Februari Tahun 2010. Hak eksklusif tersebut berlaku hingga tanggal 15 Mei 2018 atas nama Fudji Wong.⁶

Permasalahan ini menyita perhatian masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Kabupaten Banyumas, dikarenakan Mendoan sudah lama terkenal sebagai makanan khas masyarakat di Banyumas yang dinikmati secara turun termurun dan merupakan warisan budaya masyarakat Banyumas. Sehingga masyarakat Banyumas tidak terima apabila kata Mendoan didaftarkan sebagai merek oleh Fudji Wong. Penolakan ini dilakukan oleh masyarakat Banyumas dengan membuat petisi yang menyatakan bahwa masyarakat Banyumas menolak kepemilikan hak atas merek Mendoan oleh Fudji Wong.

Permasalahan merek Mendoan yang telah didaftarkan dan telah bersertifikat menimbulkan polemik dalam masyarakat. Banyak pihak-pihak yang menggugat dan mengkritik pendaftaran Merek tersebut. Dampak dari diterimanya pendaftaran merek Mendoan mengakibatkan Fudji Wong menjadi pemilik merek terdaftar atas kata Mendoan dan memegang hak eksklusif terhadap merek Mendoan, sehingga pihak lain tidak dapat menggunakan kata Mendoan tersebut. Sebagaimana diatur pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, hak atas merek ialah "Hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada Pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut ataupun memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya."⁷

PEMBAHASAN

1. Analisis Hukum Penggunaan Kata Ajaib dalam Kategori Kata Umum Sebagai Merek

Berdasarkan ketentuan yang termuat dalam Pasal 20 huruf f Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menyatakan "Merek tidak dapat didaftarkan apabila

⁵ Tomy Pasca Rifai. "Kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean." *Fiat Justitia Jurnal Ilmu Hukum*. Vol. 10. No. 04 (2016), hal 744.

⁶ RR Aline Gratika N. *Kecap Benteng Dan Mendoan Dengan Kopi Gayo Pada Foto Naruto Sampai Putri Balantak Dalam Kayu Bajakah Di Protokol Madrid*. (Tangerang: Sentra Solusi Grafika, 2020), hal 65

⁷ Undang-Undang No 20 Tahun 2016, *Op.Cit.*, Pasal 1 angka 5

merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum".⁸ Pada penjelasan Pasal 20 huruf f tidak memuat indikator dan parameter lebih lanjut mengenai ketentuan Pasal 20 huruf f Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, serta di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis itu sendiri juga tidak memberikan batasan-batasan atau unsur-unsur terhadap merek yang dapat diklasifikasikan sebagai suatu kata umum.

Rika Ratna Permata dalam bukunya yang berjudul *Pelanggaran Merek di Indonesia* menyatakan bahwa nama yang merupakan nama milik umum ialah nama yang mengindikasikan sesuatu yang menunjukkan kebiasaan ataupun kelaziman yang berkaitan dengan bahasa yang sudah dikenal secara nasional maupun internasional yang memiliki sifat umum dan merupakan milik umum.⁹

Berdasarkan hasil wawancara Penulis dengan pihak Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual menjelaskan bahwa pada dasarnya terdapat suatu batasan atau indikator terhadap kata yang dikategorikan sebagai suatu kata umum, yaitu ialah dengan merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Apabila kata yang bersangkutan tercantum dan memiliki pengertian di Kamus Besar Bahasa Indonesia, maka terhadap kata tersebut merupakan suatu kata umum.

Kata Ajaib didaftarkan sebagai suatu merek dalam Pangkalan Data Kekayaan Intelektual. Merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata ajaib memiliki definisi dan pengertian antara lain sebagai berikut:

"Ganjil; jarang ada; mengherankan; tidak seperti biasa; aneh. Contoh: Pertunjukan yang *ajaib* Sesuatu yang aneh; keheranan; yang tidak dapat diterangkan dengan akal"¹⁰.

Kata Ajaib telah memiliki pengertiannya tersendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Apabila merujuk pada pengertian kata umum sebagaimana dijelaskan di atas, maka kata Ajaib merupakan suatu kata umum. Penggunaan kata umum untuk dijadikan sebagai bagian dari suatu merek pada praktiknya diperbolehkan selama merek yang menggunakan kata umum tersebut memiliki daya pembeda. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan penambahan kata-kata serta unsur lain yang dapat menjadi tanda pembeda untuk merek tersebut dengan tetap mengacu pada ketentuan penamaan merek pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pada kasus yang digunakan oleh Penulis, terdapat 4 (empat) merek yang menggunakan kata Ajaib yang berstatus telah didaftar pada Pangkalan Data Kekayaan Intelektual. Keempat merek tersebut hanya menggunakan kata Ajaib sebagai mereknya tanpa menggunakan kata lain yang dapat menjadi daya pembeda bagi merek tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, kata Ajaib adalah suatu kata umum yang tidak dapat didaftarkan sebagai merek. Sehingga dengan ini penggunaan kata Ajaib sebagai merek seharusnya tidak diterima oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual karena kata Ajaib merupakan suatu kata umum dengan mengacu pada ketentuan

⁸ *Ibid.*, Pasal 20 huruf f

⁹ Rika Ratna Permata, et al, *Pelanggaran Merek di Indonesia di Indonesia* (Bandung: Refika Aditama, 2021) hal. 23.

¹⁰ Kementerian Pendidikan Kebudayaan. Kamus Besar Bahasa Indonesia, diakses pada 22 Desember 2021 <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/ajaib>>

Pasal 20 huruf f yang menentukan bahwa "Merek tak dapat didaftar apabila merupakan suatu nama umum dan/atau lambang milik umum."¹¹

Dalam hal ini terlihat bahwa terdapat perbedaan persepsi tentang kriteria kata umum pada para pemeriksa merek sehingga terhadap merek dengan kata umum seperti merek "Mendoan", merek "Kopitiam", "Sederhana", dan termasuk juga merek "Ajaib" diterima permohonannya.

2. Akibat Hukum dan Upaya Hukum terhadap Diterimanya Pendaftaran Kata Umum sebagai Merek

Merek sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual perlu untuk didaftarkan. Ketentuan ini sesuai dengan prinsip konstitutif atau yang biasa dikenal dengan sistem *First to File* dalam HKI yang memberikan pengaturan bahwa suatu merek perlu untuk didaftarkan karena hak atas merek tersebut akan lahir ketika merek terkait sudah didaftar. Pada sistem konstitutif ini pihak yang lebih dulu mengajukan pendaftaran terhadap sebuah merek akan memegang hak atas merek terkait.

Apabila pendaftaran merek telah diterima oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, sehingga pemilik merek memegang hak atas merek terhadap merek yang didaftarkan tersebut. Namun tidak selamanya permohonan atas pendaftaran merek bisa diterima pendaftarannya oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Pendaftaran kata umum Ajaib sebagai merek dapat menimbulkan suatu akibat hukum karena merupakan pendaftaran kata umum yang dijadikan sebagai suatu merek. Kata Ajaib yang merupakan nama umum didaftarkan sebagai suatu merek yang berstatus telah didaftar dalam Pangkalan Data Kekayaan Intelektual. Akibat hukum dari didaftarkannya kata umum sebagai suatu merek adalah timbulnya hak monopoli terhadap kata umum tersebut bagi pemilik merek terkait.

Pemilik merek Ajaib yang berstatus telah didaftar dengan ini memiliki suatu hak monopoli terhadap kata Ajaib karena pemilik merek tersebut merupakan pemilik merek yang sah secara hukum memegang hak atas merek Ajaib. Sesuai dengan pengertian Hak atas Merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menyatakan bahwa "Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya"¹².

Pendaftaran kata Ajaib sebagai merek oleh pelaku usaha yang telah mendapatkan status terdaftar terhadap kata Ajaib sebagai mereknya akan menimbulkan hak monopoli bagi pelaku usaha terkait. Selain itu, penggunaan kata umum sebagai suatu merek juga menimbulkan akibat hukum lain, Jake Linfords dalam literturnya menyatakan bahwa: "*Concerns about granting mark owners monopoly power and causing language depletion*".¹³ Hal ini mengartikan bahwa terdapat kekhawatiran mengenai pemberian hak monopoli kepada pemilik merek dan akan menyebabkan penipisan bahasa.

Ajaib yang berstatus telah didaftar, penggunaan kata Ajaib ini juga Sehingga dalam hal ini kata Ajaib yang merupakan suatu kata umum yang didaftarkan sebagai suatu

¹¹ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, *Ibid.*, Pasal 20

¹² *Ibid.*, Pasal 1 angka 5

¹³ Jake Linford. A linguistic Justification for Protecting "Generic" Trademark. *The Yale Journal of Law & Technology*, Vol. 17. (2015), hal. 116.

merek dapat menyebabkan timbulnya hak monopoli bagi pemegang merek menimbulkan akibat lain yaitu penipisan bahasa karena digunakannya suatu kata umum sebagai merek mengakibatkan pemilik merek terkait mempunyai hak atas kata umum tersebut. Hal ini secara hukum tidak dapat dibiarkan karena merupakan suatu perbuatan yang tidak adil apabila memberikan hak monopoli kepada seseorang atas kata yang merupakan milik umum.

Sesuai dengan ketentuan Pasal 20 huruf f yang menyebutkan "Merek tidak dapat didaftar jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum" maka penggunaan kata umum yang dijadikan sebagai suatu merek tidak diperbolehkan dan tidak dapat didaftarkan sebagai merek. Namun dalam Pangkalan Data Kekayaan Intelektual terdapat 4 (empat) merek Ajaib yang digunakan sebagai suatu merek dengan status telah didaftarkan.

Berkaitan dengan hal tersebut terdapat upaya hukum yang dapat dilaksanakan atas suatu merek yang sudah didaftar, yakni upaya hukum Pembatalan Merek sebagaimana diatur dalam Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang Merek yang mengatur bahwa "Gugatan pembatalan merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan seperti mana dimaksud pada Pasal 20 dan Pasal 21"

Kata Ajaib yang digunakan sebagai suatu merek jelas melanggar ketentuan Pasal 20 huruf f yang menyebutkan tidak dapat didaftarannya suatu merek yang merupakan nama umum. Berdasarkan uraian yang termuat dalam tabel di atas, meskipun terdapat merek Ajaib yang telah melewati batas waktu 5 (lima) tahun sejak tanggal pendaftarannya, merek Ajaib tersebut tetap dapat diajukan upaya hukum pembatalan merek karena telah bertentangan dengan peraturan perundang-undangan khususnya Pasal 20 huruf f Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

Sehingga dalam hal ini upaya hukum yang dapat dilaksanakan terhadap merek Ajaib yang telah berstatus didaftarkan dalam Pangkalan Data Kekayaan Intelektual tetap dapat diajukan suatu upaya hukum terhadap merek tersebut, yaitu upaya hukum pembatalan merek yang diajukan kepada Pengadilan Niaga kepada pemilik merek Ajaib tersebut.

PENUTUP

1. Kesimpulan

- a) Kata umum adalah suatu kata yang dipahami oleh masyarakat. Terdapat suatu batasan atau indikator terhadap kata yang dapat dikategorikan sebagai suatu kata umum, yaitu dengan mengacu pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Apabila kata yang bersangkutan memiliki pengertian pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, maka terhadap kata tersebut merupakan suatu kata umum. Dalam kasus yang diangkat oleh Penulis, kata Ajaib berdasarkan KBBI memiliki pengertian sebagai sesuatu yang ganjil, aneh, jarang ada, tidak seperti biasa, dan yang tidak dapat diterangkan dengan akal. Kata Ajaib dalam hal ini merupakan kata umum yang dipahami oleh masyarakat dan dimiliki oleh umum. Selaras dengan ketentuan Pasal 20 huruf f Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016, kata Ajaib sebagai suatu kata umum tak dapat didaftarkan sebagai suatu merek. Sehingga dengan ini penggunaan kata Ajaib sebagai merek seharusnya tidak diterima oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.
- b) Akibat hukum dari didaftarkannya suatu kata umum sebagai merek adalah timbulnya hak monopoli bagi pemegang merek terkait. Penggunaan kata umum

sebagai merek juga mengakibatkan penipisan bahasa karena digunakannya suatu kata umum sebagai merek mengakibatkan pemilik merek terkait mempunyai hak atas kata umum tersebut. Oleh karena itu merek yang menggunakan nama umum harus tidak dapat diterima pendaftarannya dikarenakan tak adil apabila memberi monopoli sesuatu yang merupakan milik umum. Kata Ajaib yang merupakan kata umum digunakan sebagai suatu merek dengan status telah didaftar dalam Pangkalan Data Kekayaan Intelektual. Akibat hukum dari pendaftaran kata Ajaib ini ialah pemilik merek Ajaib dengan ini memiliki hak monopoli terhadap kata Ajaib. Hal seperti ini secara hukum tidak dapat dibiarkan karena hal ini memberikan hak monopoli kepada seseorang atas kata yang merupakan milik umum. Berkaitan dengan hal tersebut terdapat suatu upaya hukum yang dapat dilakukan terhadap kata Ajaib yang telah didaftarkan sebagai merek, yaitu upaya hukum Pembatalan Merek sebagaimana termuat pada Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Meskipun terdapat 3 (tiga) merek Ajaib yang telah melewati batas waktu 5 (lima) tahun sejak tanggal pendaftarannya, gugatan pembatalan merek tersebut tetap dapat diajukan karena merek Ajaib bertentangan dengan Pasal 20 huruf f Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Upaya hukum terhadap merek Ajaib dilakukan dengan mengajukan gugatan pembatalan merek Ajaib kepada Pengadilan Niaga yang ditujukan kepada pemilik merek Ajaib terdaftar.

2. Saran

- a) Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur terkait merek yang tak dapat didaftarkan apabila merek tersebut merupakan suatu kata umum. Namun dalam hal ini belum terdapat indikator ataupun parameter yang lebih jelas mengenai kata apa saja yang dapat diklasifikasikan sebagai kata umum. Pada hal ini Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual perlu untuk memberi parameter yang pasti terkait dengan suatu kata yang termasuk ke dalam klasifikasi kata umum guna menghindari penggunaan kata umum sebagai merek oleh pelaku usaha.
- b) Saat ini bertambah banyak pelaku usaha yang menggunakan kata umum sebagai merek dagangnya, hal ini berakibat adanya monopoli kata umum bagi pemilik merek terkait. Dalam hal ini Penulis berpendapat bahwa perlu dilakukan suatu keseragaman persepsi para Pemeriksa Merek Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dengan berlandaskan ketentuan Pasal 20 huruf f Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 bahwa pelaku usaha yang mendaftarkan kata umum sebagai merek haruslah tidak diterima pendaftaran merek miliknya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Rika Ratna Permata, et al, *Pelanggaran Merek di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama, 2021.
- RR Aline Gratika N. *Kecap Benteng Dan Mendoan Dengan Kopi Gayo Pada Foto Naruto Sampai Putri Balantak Dalam Kayu Bajakah Di Protokol Madrid*. Tangerang: Sentra Solusi Grafika, 2020.

PERATURAN UNDANG-UNDANG

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

JURNAL

Tomy Pasca Rifai, "Kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean", Fiat Justitia Jurnal Ilmu Hukum. Vol. 10. No. 04 (2016).

Jake Linford, "A Linguistic Justification for Protecting "Generic" Trademark", The Yale Journal of Law & Technology. Vol. 17, (2015).

ON-LINE DARI INTERNET

Kementerian Pendidikan Kebudayaan. "Kamus Besar Bahasa Indonesia", tersedia di: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/ajaib> (22 Desember 2021)

Terdaftaranya Kata Umum "Ajaib" Sebagai Merek Pada Daftar Umum Merek