

ABSTRAK

Pelaku usaha yang memiliki merek terdaftar tercatat sebanyak 573.155 (lima ratus tujuh puluh tiga seratus lima puluh lima). Sebagian merek yang terdaftar menggunakan kata umum. Penelitian ini dilakukan untuk memperjelas pengaturan penggunaan kata umum dalam Pasal 20 Huruf (f) dan Pasal 22 Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dengan meneliti pertimbangan DJKI dalam mengabulkan permohonan merek yang menggunakan kata umum. Ketidak-jelasan norma penggunaan kata umum ini dalam undang-undang menimbulkan ketidakpastian hukum bagi masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual yang didukung bahan hukum primer, sekunder, tersier dan didukung dengan wawancara narasumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlu adanya parameter khusus diterimanya pendaftaran merek yang menggunakan kata umum sehingga memiliki kepastian hukum. Merek Haus merupakan merek yang menggunakan kata umum sehingga kata umum yang digunakan tersebut tidak dapat dimonopoli oleh satu pihak saja.

Kata Kunci: Merek, Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, Kata Umum Haus.

ABSTRACT

Business actors owning registered marks as many as 573,155 (five hundred seventythree one hundred fiftyfive). Some marks that are registered use common words. This research was conducted to clarify the regulation on the use of common words in Article 20 Letter (f) and Article 22 of Law No. 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications by examining DJKI's considerations in granting trademark applications using general words. The lack of clarity about the norms for using this general word in laws creates legal uncertainty for the community. The research method used is a normative juridical research method using a statutory approach and a conceptual approach supported by primary, secondary, tertiary legal materials and supported by interviews with DJKI. The results of the study indicate that there is a need for special parameters for the acceptance of trademark registration using common words so as to have legal certainty. The Haus brand is a brand that uses common words so that the common words used cannot be monopolized by just one party.

Keywords: Trademark, Directorate General of Intellectual Property, Common Words Haus