



Analisis Terhadap Penerimaan Merek yang Digunakan Sebagai Objek Jaminan Fidusia

Igal Gilang Kurniawan, Kadek Wiwik Indrayanti, Hendra Djaja,
Mohammad Fahrial Amrulla

Fakultas Hukum Universitas Merdeka;

Jl. Terusan Raya Dieng Nomor 62-64; Malang; 65146; Jawa Timur; Indonesia

Abstrak

Dalam rangka pembangunan nasional ditengah kemajuan zaman, kekayaan intelektual berupa merek dinilai berpotensi sebagai sumber pendanaan perbankan. Kekayaan intelektual di dalamnya bersemayam hak ekonomi dan hak moral sehingga diyakini memiliki nilai komersial sehingga sangat dimungkinkan dijadikan sebagai objek jaminan pada perbankan guna mendapatkan fasilitas kredit. Pada praktek perbankan hak atas merek telah diterima sebagai objek jaminan fidusia sebagai jaminan tambahan guna mendapatkan fasilitas kredit. Merek secara khusus diatur melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi. Akan tetapi, merek tidak disebutkan sebagai benda yang dapat dilakukan pembebanan terhadapnya dengan menggunakan skema fidusia. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-normatif. Penelitian ini fokus pada bahan-bahan kepustakaan seperti peraturan perundang-undangan dan sumber yang relevan. Penelitian ini menguji dasar penerimaan merek sebagai objek jaminan fidusia dan persyaratan merek sebagai objek jaminan fidusia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa merek diklasifikasikan sebagai benda bergerak tidak berwujud yang memiliki valuasi (nilai ekonomis) didalamnya dapat digunakan sebagai objek dalam hubungan hukum. Merek dapat dilakukan pembebanan terhadapnya dengan menggunakan skema fidusia apabila merek tersebut memenuhi persyaratan yuridis, nilai ekonomisnya dapat diukur dengan handal dan tidak bertentangan dengan sosial budaya.

Abstract

In the context of national development amid the progress of the times, intellectual property in the form of brands is considered to have potential as a source of banking funding. Intellectual property in it resides in economic rights and moral rights so that it is believed to have commercial value so that it is very possible to be used as an object of collateral for banks to obtain credit facilities. In banking practice, trademark rights have been accepted as objects of fiduciary guarantees as additional guarantees to obtain credit facilities. Marks are specifically regulated through Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications. However, the mark is not mentioned as an object that can be imposed on it using a fiduciary scheme. This study uses a juridical-normative approach. This research focuses on library materials such as laws and regulations and relevant sources. This study examines the basis of brand

Kata kunci:

Merek, Fidusia, dan Jaminan

Keywords:

Trademark, Fiduciary and Guarantee

acceptance as an object of fiduciary guarantee and brand requirements as an object of fiduciary guarantee. The results of this study indicate that the brand is classified as an intangible movable object that has a valuation (economic value) in it that can be used as an object in a legal relationship. A mark can be imposed on it by using a fiduciary scheme if the mark meets the juridical requirements, its economic value can be measured reliably and does not conflict with the socio-cultural.

Koresponden Penulis;
Mohammad Fahrial Amrulla
Email; fahrial.amrulla@unmer.ac.id

1. Latar Belakang

Perkembangan hukum dan ekonomi pada saat ini telah menyebabkan banyak perubahan pada dunia, pada saat ini 70 % (tujuh puluh persen) por-porsi aset dunia adalah aset tidak berwujud atau *intangible asset* dimana 50% (lima puluh persen) berupa kekayaan intelektual, bahkan orang ter-kaya di dunia pun saat ini adalah orang yang me-miliki banyak kekayaan intelektual berupa hak cipta, merek, maupun paten yang bernilai tinggi (Amrulla, 2018).

Dengan adanya perubahan orientasi kepemilikan aset oleh para pelaku usaha akan menyebabkan hukum ekonomi berlaku, yaitu dimana semakin banyak aset dibutuhkan atau dicari maka semakin tinggi pula nilainya, yang berdampak pada kegiatan ekonomi. Aset berupa kekayaan intelektual yang bernilai tinggi diprediksi dapat menarik para kreditur untuk menjadikan sebagai jaminan. Diantara sekian banyak aset kekayaan intelektual, secara waktu perlindungan merek adalah yang paling istimewa, hal ini disebabkan karena hanya merek yang dapat diperpanjang masa perlindungan kepemilikannya, berbeda dengan kekayaan intelektual yang lain yang memiliki jangka waktu perlindungan yang dibatasi oleh undang-undang.

Perubahan *culture* ekonomi ini harus diimbangi oleh kebijakan politik juga, dalam suatu keputusan politik merujuk pada Ketetapan Majelis Permusyawaratan Indonesia Nomor XVI/MPR/1998 Tentang Politik Ekonomi dalam

Rangka Demokrasi Ekonomi, disebutkan tentang pengaturan mengenai pembiayaan usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi. Bahwa tujuan percepatan pembangunan ekonomi nasional, kedaulatan politik dan ekonomi Indonesia diperlukan peningkatan dengan penyediaan modal untuk memaksimalkan potensi ekonomi menjadi kekuatan riil dengan difasilitasi modal yang bersal dari dalam negeri maupun modal asing. Pada kalimat tersebut disebutkan kata “pembiayaan” dan “penyediaan modal”, kedua kata tersebut dapat ditafsirkan sebagai hutang piutang sebagai penunjang kegiatan pelaku usaha, pada saat ini sulit ditemukan perjanjian hutang piutang yang hanya didasari pada kepercayaan saja, dengan artian tanpa jaminan.

Kekayaan intelektual khususnya merek akan bisa menjadi solusi mengenai jaminan tersebut, pada konsep ilmu hukum yang juga dituliskan pada konsepsi merek dalam hukum positif, diklasifikasikan sebagai suatu benda bergerak yang tidak berwujud. Pengertian benda secara juridis ialah segala sesuatu yang dapat menjadi objek *eigendom* (Hak Milik) pasal 499 KUHPerdato.

Merek merupakan aset tidak berwujud. Pada Pasal 1 angka (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis disebutkan 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. Penggunaan merek oleh pemilik merek ataupun pihak lain lazim digunakan para pelaku usaha untuk tanda pembeda masing-masing produk barang maupun jasanya. Karena merek merupakan benda tidak berwujud (*intangible asset*) yang mempunyai nilai (*value*) bagi pemilik aset atau pemilik lain (Kurniawan, 2020).

Latar belakang awal yang dituliskan di atas mengenai kekayaan intelektual berupa merek sebagai benda, serta jaminan dapat dikorelasikan bahwa merek sebagai benda yang memiliki nilai dapat digunakan sebagai jaminan, dan dikarenakan merek dikategorikan sebagai benda bergerak tidak berwujud, maka jenis jaminan yang digunakan untuk merek adalah jaminan fidusia, hal ini disebabkan karena pastinya merek yang digunakan sebagai jaminan tersebut dikuasai oleh debitur.

Jaminan erat kaitannya dengan Lembaga keuangan, penerima jaminan yang lazim di Indonesia adalah perbankan, hal ini juga dikuatkan oleh regulasi yang berlaku, secara regulasi dapat dikatakan salah satu produk dari lembaga keuangan adalah berupa kredit. Kredit ini seperti juga telah disebutkan di atas sangat erat hubungannya dengan jaminan. Pengertian kredit diatur dalam pasal 1 angka 11 Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan Atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan (UU Perbankan) yang berbunyi "kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak yang lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga".

Perkembangan dunia perbankan memberikan dampak yang masif terhadap sendi-sendi ekonomi, perkembangan ini dapat ditinjau dari segi teknologi, ekonomi maupun lembaga keuangan yang dibentuk oleh pemerintah.

Melonjaknya kebutuhan modal usaha di tengah era globalisasi demi untuk memenuhi permintaan pasar. Sedangkan ditinjau dari perkembangan masyarakat modern yakni dapat ditinjau dari bagaimana masyarakat berkembang dan berlomba membuat suatu inovasi-inovasi dengan menggunakan suatu kreatifitas dan intelektualnya sehingga melahirkan suatu produk-produk yang bernilai yang otomatis juga menghasilkan merek yang bernilai, yang bisa menjadi manfaat bagi pemilik merek tersebut. Manfaat dari suatu hasil buah kreasi perenungan tersebut dapat berupa manfaat ekonomi yang dapat dijabarkan sebagai manfaat moral.

Kembali pada soal jaminan, regulasi menyebutkan Hak jaminan kebendaan hanya dilekatkan pada benda tertentu milik debitur bukan pada seluruh benda kepunyaan debitur, dan ini terjadi akibat adanya kesepakatan dari debitur dan kreditur yang dituangkan ke dalam suatu perjanjian. Pasal 1131 KUHPerdara menjelaskan bahwa jaminan kebendaan adalah segala kebendaan si berutang, baik yang bergerak maupun yang tak bergerak, baik yang sudah ada, maupun yang sudah ada dikemudian hari, menjadi tanggungan untuk perikatan perseorangan. Dengan arti bahwa suatu perikatan hanya berdasarkan pada suatu kesepakatan dan segala sesuatu yang dipunyai atau dimiliki bukan berarti dijamin, diperjanjikan hanya mengacu pada suatu kesepakatan yang beralaskan asas kebebasan berkontrak (*freedom Contractual*) namun, ruang lingkup perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, kesusilaan dan ketertiban umum.

Sedangkan jika dihubungkan pada merek regulasi menyebutkan bahwa hak atas merek dapat dialihkan pada orang atau badan hukum yang berhak. Ketentuan tersebut dapat di lihat pada pasal 41 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Kondisi Geografis yang menyebutkan merek dapat dialihkan dengan

cara pewarisan, wasiat, wakaf, hibah, perjanjian atau sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan. Dari keistimewaan merek-merek tersebutlah merek mempunyai suatu keunggulan dibandingkan dengan kekayaan intelektual jenis lainnya.

Dari uraian-uraian yang saya sebutkan diatas, Merek merupakan suatu benda bergerak yang tidak berwujud yang memiliki suatu nilai ekonomi yang melekat pada si pemilik hak tersebut. Hanya merek yang terdaftar yang memiliki kekuatan hukum yang pasti dan mengikat dan mampu memberikan suatu keamanan pada pihak perbankan (safety) dan jika hak merek yang telah didaftarkan dikelola secara profesionalitas maka akan memberikan kepastian pada pihak bank apabila dikemudian hari terjadi permasalahan dengan kredit bermasalah guna dilakukan lelang untuk pelunasan hutang debitur. Jika dihubungkan dengan prinsip kehati-hatian perbankan dalam memberikan suatu kredit terhadap debitur, maka merek telah layak dan memenuhi persyaratan sebagai benda yang dapat dijamin. Berdasarkan latar belakang yang telah tertulis penulis uraikan diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut; Apa yang mendasari merek diterima sebagai objek jaminan fidusia dan Apa persyaratan merek sebagai objek jaminan fidusia.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian hukum merupakan kegiatan saintifik yang menganalisa fenomena yang terjadi berdasarkan pada suatu metode yang sistematis atas suatu pemikiran guna mengetahui tujuan penelitian dan mempelajari gejala fenomena hukum yang terjadi di masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan penelitian hukum yuridis-normatif, yang bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologis dan konsisten.

3. Pembahasan

3.1. Dasar Penerimaan Merek Sebagai Objek Jaminan Fidusia

Setiap hak kekayaan intelektual khususnya hak merek memiliki unsur hak. Hak yang dimaksud disini adalah hak eksklusif, berarti karyanya baru, pengembangan baru dari yang sudah ada, bernilai ekonomis dan dapat dijadikan aset. Hak kekayaan intelektual sebenarnya merupakan bagian dari benda, yaitu benda yang tidak berwujud. Dalam hukum perdata benda dibagi menjadi dua macam, yakni benda yang berwujud dan benda yang tidak berwujud sebagaimana yang dijelaskan pada Pasal 503 KUHPerdota (Saputra & Yasir, 2020).

Pendapat penulis, jika ditelaah pada penjelasan pasal merek didudukkan sebagai suatu alat digunakan sebagai pengatur lalu lintas industri perdagangan barang dan/atau jasa. Perlindungan hukum terhadap merek terletak pada unsur-unsur di dalam merek tersebut yang berupa gambar, logo, nama, kata huruf, angka, susunan, warna dalam bentuk dua dan/atau tiga dimensi atau kombinasi dua atau lebih unsur tersebut. Selanjutnya, frasa yang "barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang dan/atau badan hukum" pada pasal yang merujuk pada kepemilikan suatu entitas yang pemanfaatannya sebagai alat pembeda, alat jaminan reputasi, alat promosi dan alat rangsangan investasi. Dengan begitu besar manfaat merek dalam perdagangan industri maka merek mendapatkan legitimasi perlindungan terhadapnya.

Merek dapat dimiliki secara sah setelah melakukan pendaftaran terlebih dahulu. Dengan melakukan pendaftaran tersebut maka didapati perlindungan hukum dan pengakuan hukum dari negara sebagai hak hak eksklusif yang melekat pada si pengampu. Adanya perlindungan hukum yang diberikan oleh negara pada si pemegang hak eksklusif memberikan pengertian bahwa hukum melindungi suatu kepentingan didalamnya yang

diyakini memberikan manfaat pada si pengampu termasuk manfaat ekonomi atas merek tersebut (Habibi & Saidah, 2020).

Hukum kebendaan merupakan perwujudan dari hak absolut yang berarti kepemilkannya dapat dipertahankan pada setiap orang dan dapat dipertentangkan pada hak relatif atau hak nisbi. Merek sebagai bagian kekayaan intelektual industri pada dasarnya melekat hak moral (*Moral right*) dan hak ekonomi (*economic right*). Hak moral (*Moral right*) adalah hak yang melekat pada si pencipta yang melekat pada si penemu merek tersebut, sedangkan hak ekonomi (*economic right*) adalah hak untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas temuannya.

Selanjutnya, mengenai hak eksklusif yang menurut peneliti merupakan hak kepemilikan atas apa yang dihasilkan oleh perangkat berfikirnya yang diaplikasikan pada kehidupan sehari-hari guna mendatangkan manfaat atas pribadinya atau kelompok masyarakat. Untuk menciptakan sesuatu yang memberikan manfaat bagi suatu kepentingan memerlukan pengorbanan baik secara materil dan immaterial. Dengan ini, hak atas merek tersebut tertuang sebagai suatu hak eksklusif yang melekat pada si pencipta yang di dalamnya bersemayam hak moral (*moral right*) dan hak ekonomi (*economic right*) yang melekat pada si pengampu. Hak moral (*moral right*) diperuntukan pada si penemu berupa penghargaan (*reward*) yang bersifat moral/etis pada si pengampu atas eksistensinya sebagai manusia. Sedangkan, pada hak ekonomi berasal dari suatu pengorbanan dari usaha-usaha yang telah dilakukan.

Selanjutnya, jika dipahami pemilik pada merek terdaftar pada pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang merujuk pada kepemilikan suatu benda. Oleh sebab, hak milik tersebut membentuk suatu konsep hubungan antara subjek hukum terhadap suatu objek yang merupakan benda (merek) tertentu. Dalam pembahasannya, L.J. Van Apeldorn memberikan pengertian perihal benda

adalah sesuatu yang dapat digunakan oleh subjek hukum. Jika dihubungkan dengan pasal-pasal merek yang dapat dikuasai dengan hak milik termasuk sebagai benda.

Memperjelas pembahasan mengenai benda dapat ditelusuri dengan menggunakan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) sebagai, salah satu sumber hukum perihal kebendaan. Definisi mengenai benda pada KUHPerdata diatur pada pasal 499 yang pada penjelasannya mengenai benda ialah "Menurut paham Undang-Undang yang dinamakan dengan benda ialah tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak, yang dapat dikuasi oleh hak milik". Selanjutnya, perihal perwujudan benda dibagi atas benda benda bertubuh dan benda tidak bertubuh yang diilhami oleh pasal 503 KUHPerdata, yaitu "Tiap-tiap benda adalah benda bertubuh atau tak bertubuh".

Jika dihubungkan penjelasan pemilikan hak atas merek pada pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi. Pasal 499 KUHPerdata Jo. Pasal 503 KUHPerdata sangat berkesesuaian bahwa kepemilikan hak atas merek merupakan kepemilikan terhadap suatu benda (*recht*) yang tidak berwujud. Selanjutnya, untuk menguraikan suatu hak dapat dijadikan sebagai objek atau hak milik. Jawabanya dapat ditelaah dari penjelasan pasal 499 KUHPerdata diatas, dalam frasanya 'tiap-tiap hak, Yang dapat diberi hak milik...' penjelasan tersebut memberikan isyarat secara implisit mengenai hak yang demikian merupakan hak yang dapat dimiliki oleh subjek hukum, singkatnya dalam pustaka hukum kata "milik" tersebut mengandung makna kepemilikan atas suatu benda (*zaak*) yang berupa hak (*recht*).

Berdasar pada uraian diatas, pendapat penulis mengenai hak milik atas merek terdaftar adalah perwujudan kepemilikan suatu benda yang secara umum dapat dipersamakan kegunaanya seperti benda-benda yang nampak. Oleh sebab itu maka, dari segi legitimasi kepemilikan merek

mendapatkan perlindungan dan pengakuan secara hukum. Pembangunan ekonomi yang merupakan bagian dari pembangunan nasional dengan ini memerlukan biaya dalam upaya pembangunan tersebut. Pembangunan ditengah gejolak zaman yang begitu pesat merupakan tantangan tersendiri bagi para penggiat ekonomi dan pemerintah. Para pelaku usaha dihadapkan dengan ekspansi usaha guna mempertahankan dan mengembangkan usaha yang telah dirintis sejak awal. Dengan demikian mendayagunakan merek sebagai kekayaan intelektual dalam upaya pembangunan dirasa memberikan segala kemudahan bagi para pelaku usaha (Hikmia, 2019).

Selanjutnya, dalam pembebanan merek sebagai benda bergerak tidak berwujud di Indonesia secara ruang lingkup jaminan kebendaan yang sesuai dengan hak atas merek yakni lembaga jaminan gadai dan jaminan fidusia. Jika dicermati, mengingat fungsi dan kegunaan merek yang tidak dapat dilakukan pemisahan terhadap suatu barang dan/atau jasa yang dipasarkan jika menggunakan lembaga jaminan gadai dirasa mengalami kesulitan. Oleh sebab, adanya aturan yang mengharuskan benda yang dilekatkan pada jaminan gadai harus diasingkan pada pihak ketiga guna memenuhi asas publisitas ketentuan tersebut terdapat pada penjelasan pasal 1152 ayat (2) KUHPerduta.

Pendapat penulis, lembaga Jaminan fidusia dinilai sangat cocok sebagai lembaga pengikat merek, sebab apabila dilihat fungsi merek yang tidak dapat dipisahkan dari suatu barang dan/atau jasa yang diedarkan dipasaran apabila dilakukan pembebanan yang mengharuskan merek dikeluarkan pada pihak ketiga guna memenuhi asas publisitas (gadai) penulis yakni akan terjadi kerugian dan kekacauan dari para pihak baik kreditur, debitur dan konsumen apabila merek dilekatkan menggunakan lembaga gadai yang mengharuskan mengeluarkan benda yang digadaikan kepada pihak ke tiga. Lembaga jaminan fidusia yang dikenal sebagai lembaga

jaminan yang bersifat kepercayaan (*fides*) yang berarti penguasaan benda yang dijadikan sebagai objek jaminan fidusia tetap berada pada penguasaan si pemberi fidusia (*constitutum proessorium*).

Dengan ini hak atas merek yang dilakukan pembebanan menggunakan lembaga jaminan fidusia tetap bisa dimanfaatkan sesuai dengan peruntukannya sebagai suatu alat pembeda sehingga merek tetap bisa beredar guna mempertahankan reputasinya dipasaran. Sudah dinyatakan dengan jelas, bahwa merek merupakan benda bergerak tidak berwujud dengan ini masuk kedalam ruanglingkup objek jaminan fidusia. Sebagaimana keterangan pada pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia yang pada intinya menyatakan jaminan fidusia merupakan lembaga jaminan benda bergerak berwujud atau tidak berwujud, benda tidak bergerak yang tidak dapat dibebani atas hak tanggungan Undang-undang Nomor 4 Tahun 1996 tentang Hak Tanggungan.

3.2. Persyaratan Terhadap Merek Sebagai Objek Jaminan Fidusia

Perlindungan secara hukum dan mendapatkan pengakuan sebagai suatu benda maka merek harus terlebih dahulu didaftarkan. Sebagaimana benda adalah segala sesuatu yang dapat diberi alas hak yang sah. Merek dianggap benda maka merek tersebut harus dilekati dengan alas hak milik yang sah. Alas hak milik sah tersebut yang digunakan sebagai dasar pengakuan kebendaan dalam konsepsi hukum perdata (Indrawati, 2021). Untuk mendapatkan hak milik, maka merek harus didaftarkan pada instansi yang menaungi yaitu Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut DJKI). Pendaftaran Merek diatur dalam ketentuan pasal 4 Jo. 8 Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dengan pendaftaran merek tersebut

si pemilik mendapatkan hak eksklusif. Dengan didaftarkan merek dengan ini merek yang digunakan dalam jaminan fidusia mendapatkan keabsahan mengenai perlindungan hukum juga sebagai keabsahan mengenai nilai di dalamnya.

Secara filosofis, penghargaan yang diberikan kepada si pengampu merek lebih ditekankan pada hak ekonomi (*economic right*) sebab fungsi merek sebagai alat pembeda dalam pasaran (*industry asset*). Dengan dilakukan syarat yuridis ini maka si pengampu juga mendapatkan suatu hak absolut yang memberikan kedaulatan atas benda tersebut sehingga dapat dipertahankan pada pihak siapapun. Dengan dilakukannya pendaftaran merek melekat pula asas *droit de suite* yang berarti hak tersebut mengikuti bendanya.

Fidusia yang kita kenal penyerahan bendanya dengan cara *constitutum possessorium* jadi hak tagih atas utang tersebut mengikuti sertifikat merek yang dijaminakan kepada si kreditur, sehingga memberikan suatu kemanan bagi kreditur. Melekatnya asas *droit de suite* pada merek memegang peranan penting bagi kreditur menurut dengan asas *droit de suite* maka kreditur mendapatkan pelunasan atas piutang benda jika debitur ternyata tidak sanggup memenuhi perjanjian sebelum berakhir waktu yang ditentukan dengan cara melakukan pelelangan terhadap benda yang dijaminakan (Satria Yudistira, 2018).

Menurut penulis, peranan pendaftaran merek bukan hanya sekedar mendapatkan kepastian hukum. Namun, pendaftaran merek juga merupakan suatu upaya itikad baik orang dan/atau badan hukum dalam menjalankan suatu usaha. Hal ini dapat dipahami ketika orang dan/atau bidang hukum mendaftarkan merek dagang dan/atau jasanya, maka tersirat juga keinginan mengelola usaha yang dilabelkan merek terdaftar secara berkesinambungan. Oleh sebab itu, pendaftaran terhadap merek selain menerbitkan hak-hak kebendaan dan kepastian hukum sekaligus memberikan suatu

kepercayaan terhadap kreditur mengenai watak orang dan/atau badan hukum, selanjutnya merek haruslah merupakan kepemilikan debitur. Untuk mengetahui bukti kepemilikan merek tersebut dapat dilakukan peninjauan terhadap sertifikat hak atas merek tersebut. Mengenai uraian kepemilikan merek dapat dilihat dari penjelasan pasal 25 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang diterbitkan oleh kementrian sejak merek itu terdaftar sebagai hak (Hakim & Kholidah, 2020).

Merek tersebut beredar dipasaran maka semakin banyak orang mempercayai bahwa merek tersebut mendapatkan kepercayaan terhadap suatu inovasi dan kreasi yang dilabelkan menggunakan merek tertentu sehingga kepercayaan konsumen merupakan perwujudan nilai ekonomis. Mempertegas pemahaman, semakin lama perlindungan atas hak sertifikat merek yang digunakan sebagai objek jaminan fidusia maka didapati pula semakin tinggi kepastian perlindungan merek tersebut sehingga merek benda bergerak nominalnya bergantung pada waktu.

Penulis memberikan suatu perhatian yang khusus dalam hal ini, teruntuk kreditur yang memberikan fasilitas pendanaan, perlu untuk mencermati perihal jangka waktu perlindungan terhadap merek. Jika suatu merek dinyatakan habis masa perlindungannya dan tidak dilakukan upaya perpanjangan terhadap hak atas sertifikat merek tersebut sebagai konsekuensinya merek tersebut dinyatakan musnah. Dengan musnahnya hak atas sertifikat merek tersebut dikarenakan tidak adanya pengakuan dan perlindungan terhadap hak eksklusif, bukan berarti hak untuk mendapatkan pelunasan piutang menjadi musnah, namun kedudukan seorang kreditur bukan penerima hak preferen melainkan sebagai kreditur konkuren yang berarti kreditur harus berkonkuren dengan kreditur lain apabila ada lebih dari satu kreditur.

Beralihnya kedudukan seorang kreditur sebagaimana uraian diatas, hal ini dirasa menimbulkan suatu kerugian terhadap kreditur. Sebagaimana jaminan yang disediakan Undang-Undang (1131 KUHPerdata) dalam hubungan bisnis terdapat banyak kelemahan dalam penerapannya. Menurut pendapat ahli, jika suatu kreditur berposisi sebagai kreditur konkuren. Kreditur harus bersusah payah dengan cara menggugat di pengadilan dan harus berebut pelunasan utang debitur dengan pihak kreditor-kreditor yang lain.

Sertifikat hak atas merek yang diklasifikasikan sebagai benda bergerak tak berwujud yang dibenarkan menurut pasal 41 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dengan ini dapat beralih dan dialihkan kepemilikannya karena; pewarisan, wasiat, wakaf, hibah, perjanjian; atau sebab yang lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.

Merek harus dapat dialihkan sehingga masuk dalam objek jaminan fidusia, syarat ini berkesesuaian dengan definisi benda yang terdapat pada penjelasan pasal 1 angka 4 Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1992 tentang Jaminan Fidusia. Dengan terpenuhinya asas spesialisitas dalam merek yang dibuktikan dengan sertifikat kepemilikan hak atas merek maka dilakukan pencatatan terhadap benda yang digunakan sebagai objek jaminan fidusia sehingga perlu dilakukan pencatatan terhadap sertifikat hak atas merek atas pembebanan objek jaminan pada notaris pasal 6 Jo. 11 Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia yang sekurang-kurangnya memuat; identitas pihak Pemberi dan Penerima Fidusia, data perjanjian pokok yang dijaminan fidusia, uraian mengenai Benda yang menjadi Objek Jaminan Fidusia, nilai penjamin; dan nilai benda yang menjadi objek jaminan fidusia.

Setelah melakukan pencatatan sebagaimana penjelasan pasal tersebut, maka pendaftaran pada

kantor pendaftaran fidusia. Dengan pemenuhan syarat yuridis ini, dimaksudkan juga untuk memberikan perlindungan pada pihak ketiga yang berkepentingan apabila merek yang diumumkan secara umum terdapat pihak yang merasa dirugikan sehingga tak menutup kemungkinan merek yang dilekatkan pembebanan terhadapnya telah terjadi sengketa.

Pentingnya asas publisitas terhadap syarat yuridis berupa kepemilikan yang sah maka juga merupakan suatu tuntutan terhadap asas kebendaan yang dikenal dalam kepustakaan hukum asas *jura in re aliena* maka dengan ini penjaminan merek sebagai benda bergerak perlu pencatatan dan publisitas atas penjaminan benda tersebut. Hal terjadinya sengketa ini dipertegas pada penjelasan pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang pada intinya pembatalan terhadap merek dapat dilakukan sewaktu-waktu terhadap pihak lain yang tanpa hak menggunakan merek tanpa seizin si berhak dan memiliki persamaan pada pokoknya. Dengan demikian merek yang digunakan haruslah merek yang bebas sengketa.

Hubungan hukum yang dilakukan dalam ranah harta kekayaan tak dapat dilepaskan dari persoalan ekonomis. Sebagaimana hukum jaminan yang memberikan pemahaman bahwa adanya suatu objek yang diserahkan debitur pada kreditur demi mendapatkan fasilitas pendanaan tertentu untuk mendapatkan kepercayaan pada debitur. Kepercayaan kreditur yang demikian bukan berarti dasar kebaikan dari dalam dirinya, melainkan kepercayaan tersebut harus didorong dengan penilaian objektif terhadap debitur.

Tujuan penjaminan bukan terletak pada seberapa besar nominal pendanaan yang didapati (diperhitungkan dengan uang) oleh debitur dari kreditor, melainkan bertujuan menembus titik batin kepercayaan si kreditur terhadap debitur mampu menjalankan kewajibannya. Sekedar mengulas pendapat Hatono Hadisaputro, guna mendapatkan keyakinan bahwa debitur mampu

memenuhi kewajibannya jaminan harus memiliki suatu nilai secara ekonomi. Pentingnya peranan syarat yuridis dalam paparan paragraph di atas menyangkut kepastian dan perlindungan hukum merupakan 1 persyaratan diantara 3 persyaratan yang harus terpenuhi dalam merek yang digunakan sebagai objek jaminan fidusia. Jika suatu benda tidak dapat diberi alas hak yang sah maka benda tersebut menjadi golongan benda yang menjadi milik umum (*domain public*) penjelasannya dapat dijumpai pada pasal 519 Jo. 521 KUHPerdara, sedangkan jika suatu benda dinyatakan tidak memiliki suatu nilai secara ekonomi maka status kebendaannya tersebut *res commune*. Dengan merek yang dapat dimiliki yang berwujud hak eksklusif maka merek secara hukum sah sebagai benda karena pelekatan terhadap hak milik menunjuk suatu benda namun harus memiliki sisi ekonomis. Syarat kedua merek harus memiliki suatu valuasi (nilai yang dapat dinominalkan) juga harus terpenuhi dengan demikian merek tidak menjadi suatu benda yang dapat dimiliki dan dipindahkan saja, melainkan dalam hubungan harta benda harus memiliki valuasi (nilai moneter). Gatra pada pasal 41 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang memberikan pengertian merek merupakan benda bergerak maka dengan ini merek dapat dipindah tangankan sebagai suatu perjanjian.

Dukungan dari penjelasan pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada "frasa memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya" maka didapati titik singgung mengenai kedua Pasal yakni merek juga dimanfaatkan sebagai alat bisnis yang memberikan pemasukan terhadap si pengampu baik orang dan/atau badan hukum yang dapat dinominalkan dengan uang. Realitasnya dalam pergaulan masyarakat modern banyak sekali merek yang membaaur dalam kegiatan perniagaan, namun tidak semuanya memiliki valuasi (nilai) dan dapat diperjual belikan (*marketable*).

pendanaan harus mempertimbangkan untung dan rugi (*Cost and benefit*) demi untuk menjamin kesehatan keuangan bank, sebagaimana bank berkedudukan sebagai penghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan pada masyarakat yang membutuhkan.

Dengan memperhatikan merek dari sudut pandang ekonomi dirasa menentukan sejauh mana keabsahan valuasi (nilai ekonomi) merek yang digunakan sebagai objek jaminan fidusia. Guna menekan resiko kerugian bank yang berimbas pada kesehatan bank sebagai lembaga intermediasi. Pertama, merek harus dapat dialihkan dan beralih dengan mudah, sebagaimana keterangan pada pasal 41 Undang-Undang Nomo 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyebutkan merek dapat beralih atau dialihkan. Frasa pada penjelasan tersebut memberikan pengertian bahwa merek juga dapat dieksploitasi pada aktivitas bisnis perniagaan sehingga memberikan pemasukan bagi si pengampu berupa aktiva.

Menurut penjelasan pasal 42 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang memberikan definisi lisensi yakni; "Pemilik Merek terdaftar dapat memberikan Lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan Merek tersebut baik sebagian maupun seluruh jenis barang dan/atau jasa". Mendasar pada uraian di atas maka si pengampu hak eksklusif dapat memberikan izin pada pihak ketiga untuk menggunakan merek tersebut dengan cara membuat perikatan dengan pihak ketiga yang dituangkan dalam suatu perjanjian lisensi dan/atau perjanjian waralaba. Selanjutnya perjanjian lisensi didaftarkan pencatatannya pada Menti guna mengikat pihak ke tiga dan kemudian dilakukan pengumuman pada berita resmi merek (pasal 42 Undng-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan indikasi Geografis).

Menurut Gunawan Widjaya yang dikutip oleh Agung Sujatmiko pendapatan lisensi berupa *royalty* yang besaran dikaitkan dengan besarnya

produk yang dihasilkan dalam periode waktu tertentu. Sehingga, pemasukan berupa aktiva dapat dicatat dengan menggunakan pembukuan akuntansi berdasarkan hasil perjanjian lisensi (Novita, 2021).

perkembangan mengenai sistem bisnis telah memberikan kemudahan, meski dalam perkembangannya hukum harus merombak dirinya melalui kewenangan rezim pembentuk Undang-Undang guna menghadapi perubahan zaman. Pemberian lisensi sebagaimana pada penjelasan di atas telah berkembang menjadi suatu sistem yang lebih efisien dalam kepustakaan hukum disebut dengan waralaba. Aturan mengenai waralaba menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang pada intinya, merupakan hak khusus yang diberikan pada perseorangan dan/atau badan hukum terhadap suatu sistem bisnis yang mendatangkan suatu keuntungan berdasarkan perjanjian guna dapat memanfaatkan merek sebagai alat bisnis, jelas merek tersebut harus terdaftar yang telah diuraikan pada paragraph sebelumnya.

Hubungan hukum dan bisnis juga dapat bersifat alamiah, terhadap suatu kebutuhan ekonomi. Hak yang merupakan suatu pengakuan dan penghargaan yang diberikan oleh negara, juga merupakan suatu peluang yang dengan sendirinya muncul memberikan cela untuk dimanfaatkan manusia yang tak lepas dari sifat *homo economicus*.

Alas hak Merek digunakan sebagai bisnis pada dewasa ini memberikan suatu keuntungan, keuntungan si pengampu merek baik orang dan/atau badan hukum yang didapati secara ganda (*double benefit*) oleh si pengampu merek. Pertama keuntungan dari suatu *royalty fee* atas suatu lisensinya terhadap hak merek dan keuntungan yang didapati dari pemberian dari waralaba (*franchise fee*) yang memberikan pemasukan dari pemberian suatu sistem bisnis.

Dengan, semakin tinggi eksploitasi terhadap hak atas setifikat merek dapat diyakini menandakan merek tersebut terjaga imagenya, nilainya, dan popularitasnya dipasaran sehingga mampu memberikan pemasukan berupa aktiva yang didapati dari perjanjian lisensi atau waralaba. Pendapat Sri Mulyani mengenai karakteristik merek yang memiliki valuasi secara ekonomi ditinjau dari reputasinya yang baik dipasaran, sehingga merek tersebut memiliki pangsa pasar.

Reputasi yang baik ini juga didorong dengan promosi-promosi guna membangun reputasi baik terhadap produsen yang memerlukan biaya dalam membangun kepercayaan. Sebagai contoh, biaya promosi yang dilakukan suatu merek dengan menggunakan media elektronik berupa televis nasional Indosiar prime time memakan biaya kisaran Rp. 45.000.000,- sampai 100.000.000,- per 30 detik (Amrulla, 2018). Dengan demikian untuk memastikan nilai merek tersebut juga dapat diperoleh dari berapa besar biaya promosi yang dilakukan oleh si pemilik merek baik orang dan/atau badan hukum guna reputasi sebuah merek yang memiliki pangsa pasar.

Reputasi merek yang baik merupakan suatu gambaran mengenai suatu barang dan/atau jasa yang dipasarkan. Paparan mengenai biaya promosi digunakan untuk mencari selisih antara pendapatan merek yang didapati dari penggunaan lisensi dan/atau waralaba dikurangi dengan biaya promosi maka selisih ini juga memberikan pertimbangan mengenai valuasi merek. Dengan adanya pencatatan akuntansi mengenai keuangan dari suatu entitas diharapkan mampu memberikan suatu penafsiran tentang kekuatan merek pada saat ini dan masa yang datang yang (reputasi) dan nilai ekonomi.

Selanjutnya, guna mendapatkan pengakuan keberadaannya dan mengetahui sisi ekonomis merek dapat menggunakan pendekatan-pendekatan seperti halnya dibeberapa negara (Amrulla, 2018). Menurut Shannon P. Pratt, Alina V.Naculit yang dikutip oleh Sri Mulyani

yang memberikan 3 pendekatan mengenai penilaian merek (Amrulla, 2018). Pertama; pendekatan pasar (*market approach*), pendekatan ini menyediakan kerangka kerja sistematis guna menafsirkan mengenai valuasi aset tak berwujud yang diperoleh dari suatu analisis penjualan aktual dan/atau transaksi lisensi berwujud yang sebanding dengan merek. Pendekatan pasar pada dasarnya memproyeksikan analisa terhadap objek yang sebanding dengan merek dipasaran sesuai dengan keperuntukan merek tersebut di pasaran dan perbandingan atas transaksi terhadap obligasi pada suatu entitas sehingga dapat didapati indikator suatu nilai pada merek.

Kedua; pendekatan pendapatan (*income approach*), pendekatan ini menyediakan kerangka sistematis guna mengetahui nilai aset tidak berwujud yang berdasar pada kapitalisasi pendapatan ekonomi yang diperoleh dari eksploitasi terhadap merek. Kapitalisasi yang merupakan pencatatan perolehan merek yang dihitung sebagai suatu aset (*good will*) yang demikian dalam kegiatan pembukuan kapitalisasi bukan dicatat sebagai beban dan/atau biaya selanjutnya dilakukan penjumlahan terhadap pendapatan tersebut yang diperoleh terhadap eksploitasi alas hak merek dalam kegiatan bisnis sehingga didapati nilai pada merek tersebut. Ilustrasinya, biaya untuk memperoleh merek tersebut adalah Rp. 5.000.000,- kemudian pendapatan dari perjanjian lisensi dengan pihak ketiga selama 1 periode adalah 200.000.000,- maka dalam pencatatan kapitalisasi merek mempunyai nilai Rp. 205.000.000,- sehingga penafsiran terhadap valuasi merek tersebut didapati.

Ketiga; pendekatan biaya (*cost approach*), pendekatan ini menyediakan kerangka kerja sistematis guna menafsirkan valuasi merek sebagai aset tak berwujud dengan menggunakan prinsip dasar ekonomi substitusi atau biaya pengganti yang sesuai dengan tingkat kepuasan konsumen terhadap sejumlah barang dan/atau jasa yang digunakan. Dengan menggunakan

perbandingan barang yang berlabelkan merek lain yang beredar di pasaran maka didapati pula penafsiran merek tersebut.

Merek sebagai aset bergerak tak berwujud maka pembebanan melalui jaminan fidusia dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa komparasi pendekatan dalam penilaiannya, sebagai contoh pendekatan ini digunakan oleh Balai Harta Peninggalan Surabaya terhadap kasus pailit merek dagang "Animale" pada perusahaan PT. Mitra Garment Indoraya yang berdasar pada prosedur penilaian dengan pengaplikasian pendekatan yang berlaku sesuai dengan Standart Penilaian Indonesia dan Kode Etik Penilaian Indonesia, yaitu dengan pendekatan kuantitatif (Kurniawan, 2020).

Pertama; pendekatan pasar (*Market Approach*) yaitu pendekatan dengan cara melakukan perbandingan seimbang antar perusahaan, kepentingan kepemilikan perusahaan dan obligasi yang diperjual-belikan pada pasar yang dibarengi dengan adanya transaksi secara relevan pada perusahaan yang diperbandingkan. Dilakukan pencatatan terhadap Transaksi selama periode sebelumnya sehingga menimbulkan suatu indikasi nilai di dalamnya;

Kedua; pendekatan pendapatan (*income approach*) yaitu pendekatan dengan menggunakan kerangka yang tersistematis bertujuan untuk memperkirakan mengenai nilai objek pada masa sekarang (mengantisipasi) dan masa yang akan datang (mengkuantifikasi) pada objek berupa merek yang memberikan nilai ekonomi. Nilai yang didapati dari penggunaan lisensi atau penyewaan terhadap merek tersebut;

Ketiga; pendekatan aset (*asset approach*) pendekatan ini digunakan sebagai pendekatan aset guna memperoleh nilai dari suatu entitas, kapital yang diinvestasikan, struktur permodalan, dan/atau aset bersih perusahaan. Pengidentifikasi pada kasus pailit merek dagang "Animale" pada perusahaan PT. Mitra Garment Indoraya

diatas, merupakan pendekatan yang bersifat kuantitatif, tiga dasar untuk mengidentifikasi pendapatan yaitu menggunakan pendekatan pasar, pendekatan pendapatan, dan pendekatan biaya. Guna mengetahui pemasukan (ekonomi) yang didapat dari kepemilikan merek, prediksi akan pendapatan dimasa yang akan datang dan perkiraan mengenai resiko yang akan dihadapi.

Sejauh ini, meski merek telah diterima digunakan sebagai objek jaminan fidusia dalam praktek perbankan sebagaimana telah disampaikan pada penelitian yang dilakukan oleh Sri Mulyani pada tahun 2012 pada bank PT. BNI (persero Tbk) alasan merek diterima sebagai jaminan tambahan dalam perbankan beranjak dari keyakinan filosofis merek yang merupakan bagian dari kekayaan intelektual yang didalamnya terkandung hak ekonomi (*economy right*) yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas industri baik berupa barang dan jasa. (Amrulla, 2018)

Bank PT. BNI (persero Tbk) menerima hak atas sertifikat merek berdasarkan pada kesepakatan yang dituangkan kedalam suatu perjanjian yang berdasarkan pada (pasal 1320 KUHPerduta). Perjanjian yang telah disepakati para pihak hak atas sertifikat merek dilakukan pembebanan pada lembaga jaminan fidusia yang berarti menundukkan merek sebagai jaminan tambahan (*accessoire*) eksistensinya tergantung pada perjanjian pokok (*principal*) yakni kredit. Belum diterimanya hak atas sertifikat merek sebagai jaminan utama dikarenakan terkendala alasan yuridis formal dan faktor ekonomi pada merek tersebut.

Selanjutnya, rezim pembentuk Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada pasal 1 angka 1, memberikan definisi perihal merek sebagai suatu alat pembeda barang dan/atau jasa di pasaran yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2 dimensi dan/atau 3 dimensi suara atau hologram atau kombinasinya.

Melihat rujukan dari Undang-Undang a quo peneliti berpendapat bahwa merek didudukkan pada dua kemungkinan yakni merek sebagai alat dan merek sebagai benda.

Untuk saat ini, diterimanya merek sebagai agunan dalam jaminan fidusia guna mendapatkan fasilitas kredit terkesan memaksakan kehendak dengan alasan untuk mengefektifkan kinerja perbankan dan mendayagunakan kekayaan intelektual (merek) sebagai benda yang dijaminakan sebagai sumber pendanaan, sedangkan segala aturan mengenai penerimaan merek sebagai objek jaminan fidusia dirasa belumlah memadai sehingga segala resiko dan kerugian telah menghadang para pihak apabila dikemudian hari terjadi sengketa yang tidak diingankan.

Namun, perihal topik pembahasan penelitian ini, juga beranjak dari desakan kemajuan zaman dengan fakta-fakta akan kebutuhan modal usaha di era persaingan pasar bebas sehingga pemerintah harus bertindak cepat dalam memberikan jalan keluar yang mengandung kepastian hukum dengan demikian menerbitkan kemanfaatan dan keadilan.

Pada kondisinya Indonesia merupakan negara berkembang yang masih berupaya manata pembangunan nasional maka pemerintah dapat berkaca kepada negara-negara maju yang telah menerapkan aturan mengenai penilaian kekayaan intelektual. Sebagai contoh negara yang telah menerapkan aturan mengenai perhitungan kekayaan intelektual yakni negara Singapura. Pemerintah Singapura memandang kekayaan intelektual sebagai suatu aset yang potensial dan membantu perkembangan perekonomian nasional. Singapura telah mempersiapkan diri sebagai media pusat transaksi kekayaan intelektual selain sebagai media, Singapura juga menata diri sebagai jembatan penyelesaian sengketa kekayaan intelektual melalui mekanisme Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS) di Asia.

Fokus pemerintah Singapura dalam mengoptimalkan kekayaan intelektual dimulai sejak Tahun 2001 dengan mendirikan lembaga pengelola Kekayaan Intelektual yang bernama IPOS (*Intellectual Property Office of Singapore*). Dalam peranya IPOS menunjuk beberapa perbankan untuk memberikan pembiayaan kredit menggunakan skema pembiayaan kekayaan intelektual (IP Financing) selanjutnya IPOS melakukan penunjukan beberapa perusahaan penilai aset kekayaan intelektual.

Skema penerapan jangka waktu yang ditetapkan antara satu sampai dengan 6 Tahun dengan ketentuan bunga pinjaman sebesar 3,5% sampai dengan 7,5%. Jangka waktu yang ditetapkan tersebut berdasarkan pada masa perlindungan merek. Setelah dilakukan penilaian secara pasti mengenai valuasi (nilai moneter) merek diaplikasikan dalam konsep *duo diligence* sehingga nilai yang tercantum dalam akta pembebanan merek menggunakan lembaga jaminan fidusia terdapat kepastian dan dapat dipertanggung jawabkan. Syarat dalam pembiayaan ditetapkan sebagai berikut; perusahaan dan bisnis harus berdomisili di Singapura, tidak berlaku pada perusahaan perseorangan dan kemitraan (*partnership*), wajib menggunakan kekayaan intelektual yang telah terdaftar dan sertifikat jaminan, permohonan harus dilakukan sendiri tidak dapat dikuasakan pada pihak lain; dan harus ada bukti perihal penilaian aset kekayaan intelektual secara resmi.

Perihal merek digunakan sebagai objek jaminan fidusia diperbankan yakni, dengan mendayagunakan hak milik guna memenuhi kebutuhan adalah tindakan yang wajar oleh sebab, manusia dibekali perangkat berfikir sejak lahir dengan menggunakan apa yang dimiliki secara sah guna memenuhi kebutuhan adalah tindakan benar. Kepemilikan hak atas sertifikat merek dapat digunakan sebagai sumber modal pendanaan guna mengembangkan usaha dan/ atau mempertahankan usaha memberikan segala

kemudahan dan manfaat sehingga usaha yang dijalankan mampu memberikan sumbangan terhadap negara baik berupa pendapatan negara, penyerapan tenaga kerja sehingga menekan angka kemiskinan dengan ini bangsa Indonesia mendekati diri pada cita-cita bangsa pada alenia ke IV Undang-Undang Dasar 1945.

Menurut penulis dengan ini, harus adanya sinegeritas antar lembaga negara dalam menjalankan pembangunan nasional memberikan bingkai hukum terhadap segala aktifitas masyarakat dengan segala kebutuhannya dengan adanya kepastian hukum memberikan perlindungan dan rasa aman kepada masyarakat. Mendasarkan pada hukum sebagai pijakan dalam pembangunan maka dirasa setiap pijakan kaki para penggiat ekonomi merasa pasti dalam melangkah dan mengambil keputusan.

Pandangan Roscoe Pound perihal tujuan hukum terhadap hak milik ditelaah dalam rangka pemenuhan batas-batas maksimal kebutuhan manusia. Penting mengartikan kebutuhan adalah merupakan suatu kepentingan, baik kepentingan-kepentingan pribadi atau terhadap kelompok-kelompok. Pendapat tersebut, jika dihubungkan perlindungan hukum pada hak eksklusif merupakan suatu tanda adanya sesuatu yang bernilai yang memberikan manfaat, maka dengan demikian perlindungan hukum terhadap hak milik bertujuan mendayagunakan hak tersebut pada batas maksimal kepentingan.

Hukum merupakan sarana pembangunan, baik pembangunan ekonomi, sosial dan budaya. Pound mengutarakan bahwa hukum merupakan suatu alat merekayasa masyarakat (*Law as Tool of Social Engineering*) tidak sekedar melestarikan apa yang didapati. Pemikiran Pound dikembangkan oleh Mochtar Kusumaatdja yang beberapa kalangan disebut dengan mazhab UNPAD. Dalam pemikirannya Mochtar Kusumaatdja memandang hukum bukan hanya sebagai suatu alat rekayasa melainkan sebagai suatu sarana menghendaki suatu pembaharuan sosial-ekonomi. Dalam

hal pembaruan yang dikehendaki tersebut, membawa suatu perubahan-perubahan pada ekonomi-sosial yang ada dimasyarakat, sehingga dalam perubahan tersebut pemerintah harus ikut andil melalui hukumnya, yang mengarahkan pada suatu perubahan-perubahan tersebut dapat dikontrol sehingga berjalan secara tertib dan aman (Cantika, 2018).

Timbulnya hak dan kewajiban berdasarkan hubungan hukum jika suatu hubungan hukum tidak didasari oleh peraturan perundang-undangan maka akan membawa segala resiko terhadap pihak-pihak yang terlibat didalamnya. Sebagaimana hak atas sertifikat merek diterima sebagai benda bergerak tidak berwujud yang diikat dengan menggunakan lembaga jaminan fidusia dalam praktek perbankan memberikan segala resiko sebab aturan hukum yang mendasari merek sebagai benda dan dapat dilakukan pembebanan sampai pada saat ini masih belum ada. Dalam hal ini, peran negara sebagai negara hukum yang bertugas memberikan perlindungan dan kepastian hukum dipertanyakan ke beradaannya dalam aktifitas bisnis masyarakat modern.

4. Simpulan

Berdasarkan pada uraian yang telah peneliti paparkan diatas, dapat ditarik kesimpulan berdasarkan permasalahan yang diangkat terkait kajian yuridis tentang merek yang digunakan sebagai objek jaminan fidusia, sebagai berikut; Dasar merek diterima sebagai objek jaminan fidusia didapati dari analisis menggunakan pasal 499 (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata) Jo. 503 KUHPerdata Jo. Pasal 509 KUHPerdata Jo. Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 Tentang Jaminan Fidusia pada pasal 1 angka 4. Dengan ini merek masuk dalam ranah kebendaan yang didapati dari penjelasan pasal 1 angka 5 Jo. Pasal 41 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjadikan merek masuk dalam klasifikasi benda bergerak tidak berwujud. Dengan masuknya merek ranah

hukum benda yang memiliki sifat kebendaan sangat dimungkinkan dilakukan pembebanan dengan menggunakan lembaga jaminan fidusia yang berkesesuaian dengan ruanglingkup objek jaminan fidusia yang terdapat pada pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia menyebutkan bahwa jaminan atas benda bergerak baik yang berwujud maupun tidak berwujud yang maka merek telah masuk persyaratan objek benda dalam jaminan fidusia.

Persyaratan merek sebagai objek jaminan fidusia adalah merek harus dilakukan beberapa syarat yakni, syarat yuridis, syarat ekonomis, dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai budaya (tidak menimbulkan konflik). Syarat yuridis berperan guna mendapatkan sifat kebendaan yang meliputi; merek yang dibebankan adalah merupakan hak milik yang dibuktikan dengan sertifikat kepemilikan hak milik atas merek, merek yang dijaminan masih dalam masa perlindungan, tidak sedang dialihkan pada pihak ke tiga. Selanjutnya syarat ekonomis yang meliputi, penyerahan perhitungan pendapatan bisnis yang menggunakan alas hak merek yang telah dilakukan pencatatan dengan menggunakan metode akuntansi dalam jangka waktu tertentu dengan mendasarkan pada pendekatan pasar (*market approach*), pendekatan pendapatan (*income approach*), dan pendekatan biaya (*cost approach*) hal ini dimaksudkan untuk mengetahui pangsa barang dan/atau jasa yang diedarkan di pasaran, dan kekuatan bisnis pada suatu usaha di masa mendatang. Syarat sosial-budaya, dalam syarat ini pihak kreditur harus memiliki wawasan pemahaman mengenai kultur budaya masyarakat Indonesia, sebab meski hak atas sertifikat merek yang hendak dijaminan telah terdaftar dan memiliki perlindungan hukum secara pasti namun jika kemudian merek tersebut disengketakan oleh pihak ketiga karena dianggap bertentangan dengan sosial-budaya masyarakat akan terjadi sengketa. Dalam hal sengketa tersebut maka kreditur akan dirugikan sebagaimana merek yang menjadi

sengketa maka reputasinya akan turun dipasaran. Belum adanya yuridis pendukung perihal merek sebagai objek jaminan fidusia membuat merek diragukan dalam praktek perbankan, sebab legalitas pendukung mencangkup kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap para pihak dalam melakukan hubungan hukum yang menguntungkan. Tidak adanya sinergeritas antar lembaga-lembaga negara dalam optimalisasi pembangunan ekonomi berbasis kekayaan intelektual.

Daftar Pustaka

- Amrulla, M. F. (2018). Urgensi Pengaturan Tentang Peralihan Hak Atas Merek Sebagai Objek Jaminan Fidusia. *Jurnal Cakrawala Hukum*, 9(2). <https://doi.org/10.26905/idjch.v9i2.2767>
- Cantika, D. P. (2018). Pembatalan Hak Merek Yang Telah Dijadikan Jaminan Fidusia. *Jurnal Yuridis*, 5(1). <https://doi.org/10.35586/.v5i1.314>
- Habibi, M. R., & Saidah, R. L. (2020). Hak Kekayaan Intelektual di Bidang Merek sebagai Jaminan Tambahan pada Perbankan. *Jurnal Purnama Berazam*, 2(1).
- Hakim, M. R., & Kholidah, N. (2020). HAK MEREK SEBAGAI JAMINAN GADAI UNTUK PERMODALAN UMKM INDUSTRI KREATIF KERAJINAN BATIK. *Pena Justisia: Media Komunikasi Dan Kajian Hukum*, 18(2). <https://doi.org/10.31941/pj.v18i2.1092>
- Hikmia, Y. (2019). Hak Merek Sebagai Jaminan Tambahan Pada Perbankan. *Jurist-Diction*, 2(4). <https://doi.org/10.20473/jd.v2i4.14505>
- Indrawati, S. (2021). Tinjauan Yuridis Penggunaan Sertifikat Merek sebagai Jaminan dalam Proses Pengajuan Kredit Perbankan. *Amnesti Jurnal Hukum*, 3(1). <https://doi.org/10.37729/amnesti.v3i1.889>
- Kurniawan, I. G. A. (2020). Valuasi Merek sebagai Jaminan Kredit Perbankan: Relevansi dalam Pembentukan Lembaga Penilai Kekayaan Intelektual. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 9(4). <https://doi.org/10.24843/jmhu.2020.v09.i04.p08>
- Novita, D. (2021). PERLINDUNGAN MEREK BAGI PEMEGANG HAK MEREK DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK. *Jurnal Jendela Hukum*, 6(1). <https://doi.org/10.24929/fh.v6i1.1547>
- Saputra, W., & Yasir, M. (2020). Hak Merek Sebagai Jaminan Fidusia Dalam Praktik Pemberian Kredit Oleh Perbankan Di Indonesia. *JOURNAL of LEGAL RESEARCH*, 2(1). <https://doi.org/10.15408/jlr.v2i1.14612>
- Satria Yudistira, M. B. (2018). PENGATURAN HUKUM SERTIFIKAT HAK ATAS MEREK SEBAGAI JAMINAN FIDUSIA DALAM PROSES PENGAJUAN KREDIT DI PERBANKAN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 6(3). <https://doi.org/10.24843/jmhu.2017.v06.i03.p04>