

## MODEL PEMBIAYAAN JASA PENDAFTARAN MEREK BAGI PENGUSAHA KECIL MENENGAH MELALUI AKAD BAI' AL ISTISHNA'

Khoirul Hidayah

Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Email: khoirulhidayah55@gmail.co.id

### *Abstract*

*Trademark ownership is very crucial for Small and Medium Enterprises (SME) to encounter free trade. The ownership shows product quality as well as identity. The brand used in trade will get legal protection if it has been registered in Directorate General of Intellectual Property (eng. abb. Dirjen KI). One problem causing rejection in registering a brand is that because there was already the listed similar brand. This makes entrepreneurs reluctant to re-register their brands. Solving the problem, the entrepreneurs need brand consultant services to search for the existing brands, to improve the brand design, and also to accompany the entrepreneurs until the brand is certified. In practice, the service cost a lot so the entrepreneurs need fund to reduce their load. This study employs juridical normative research with concept and laws approach. The analysis based on fatwa (legal opinion by mufti) of DSN MUI and The Law on Brand and Geographical Indication shows that the alternative cost that can be used by sharia funding institutions to help SMEs in solving the high cost of brand registration through brand consultant services is by employing contract of parallel istishna'.*

*Kepemilikan hak merek bagi pelaku usaha kecil menengah (UKM) dalam menghadapi perdagangan bebas sangat diperlukan. Selain sebagai identitas produk, juga dapat menunjukkan kualitas suatu barang. Merek yang digunakan dalam perdagangan akan mendapatkan perlindungan hukum jika sudah didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen KI). Persoalan sering ditolaknyanya pendaftaran merek adalah karena kemiripan merek dengan yang sudah terdaftar, tentunya menjadikan pelaku usaha enggan mengulang pendaftaran mereknya kembali. Untuk mengatasi persoalan ini, maka pelaku usaha perlu bantuan jasa konsultan merek untuk*

*melakukan penelusuran merek yang ada sebelumnya, bisa membantu memperbaiki desain mereknya, sekaligus memberikan pendampingan sampai keluarnya sertifikat merek. Namun, di dalam prakteknya biaya penggunaan konsultan merek cukup mahal, sehingga diperlukan adanya pembiayaan yang bisa membantu meringankan beban pelaku usaha. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian yuridis normatif dengan pendekatan konsep dan peraturan perundang-undangan. Hasil analisis berdasarkan fatwa DSN MUI dan UU Merek dan Indikasi Geografis, maka alternative pembiayaan yang dapat digunakan oleh lembaga pembiayaan syariah untuk membantu UKM dalam mengatasi persoalan mahalny biaya pendaftaran merek melalui jasa konsultan merek adalah dengan akad istishna' paralel.*

*Keywords: trademark, istishna', and finance company*

## Pendahuluan

Perlindungan merek dalam sistem perdagangan mempunyai arti penting bagi pelaku usaha untuk melindungi kualitas sebuah produk dan reputasi perusahaan. Globalisasi ekonomi merupakan bagian dari latar belakang lahirnya pengaturan perlindungan hak merek yang merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights/IPRs) yaitu melalui perjanjian TRIPs (Trade Related of Intellectual Property Rights) di bawah WTO (World Trade Organization) pada tahun 1994.

Lahirnya perdagangan bebas melalui perjanjian di bawah WTO telah melahirkan kerjasama regional yaitu kawasan bebas perdagangan (Free Trade Area), salah satunya adalah terbentuknya ASEAN Free Trade Area (AFTA) pada tahun 1992. AFTA adalah cikal bakal lahirnya ASEAN Economic Community atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015. MEA merupakan bentuk perwujudan integrasi ekonomi yang terdapat di dalam visi ASEAN 2020. Salah satu pilar utama MEA adalah adanya aliran bebas barang (*free flow of goods*) perdagangan barang di kawasan ASEAN dan dilakukan secara bebas tanpa mengalami hambatan, baik tarif maupun non-tarif<sup>1</sup>. MEA diharapkan nantinya pada tahun 2015, ASEAN mempunyai kawasan ekonomi berdaya saing, pertumbuhan ekonomi yang baik secara merata dan semakin meningkatkan kemampuan berintegrasi dalam perekonomian global.

Globalisasi ekonomi dengan perdagangan bebasnya telah semakin memperluas jangkauan kegiatan ekonomi sehingga tidak lagi terbatas pada satu negara. Globalisasi ekonomi juga telah meningkatkan persaingan antar negara

---

1 Arifin, Sjamsul. dkk. 2008. *Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015*. Jakarta: Alex Media Komputindo. Hal. 71

bahkan menimbulkan proses penyatuan ekonomi dunia<sup>2</sup>. Guna mewujudkan persaingan yang sehat, perlindungan hak merek merupakan salah satu upaya untuk menghindari timbulnya kecurangan dalam perdagangan lintas negara.

Kenyataan globalisasi ekonomi pada satu sisi merupakan tantangan dan kendala yang membatasi, sedangkan di pihak lain merupakan peluang baru yang dapat dimanfaatkan untuk keberhasilan pembangunan nasional sebuah negara, sehingga globalisasi harus dicermati dan dihadapi secara optimis<sup>3</sup>. Fenomena kasus pemakaian merek terkenal oleh pelaku usaha dalam negeri merupakan bagian dari kenyataan dampak dari globalisasi. Pelaku usaha lebih memilih menggunakan merek terkenal untuk mendapatkan keuntungan, karena mereka tidak perlu bersusah payah mengeluarkan biaya untuk promosi, dan ini merupakan pelanggaran dalam undang-undang merek.

Perwujudan kawasan ekonomi yang bebas dalam MEA harus menjadi perhatian bagi pemerintah dan pelaku usaha untuk mampu memanfaatkan peluang yang sekaligus juga tantangan yang cukup besar untuk mampu bersaing secara bebas di kawasan ASEAN. Kerjasama perlindungan Kekayaan Intelektual di tingkat regional ASEAN telah menyepakati akses Protokol Madrid sebagai salah satu butir dalam kesepakatan. Asean Framework Agreement on Intellectual Property Cooperation telah ditandatangani di Bangkok pada tanggal 15 Desember 1995 sebagai upaya memperkuat mempercepat terwujudnya perdagangan bebas di wilayah ASEAN.<sup>4</sup>

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah bagian dari pelaku usaha yang harus dilindungi oleh pemerintah dan tentunya diharapkan pemerintah mampu memberikan kebijakan yang mampu memberikan motivasi dalam pengembangan UKM. Jika dikaitkan dengan hak merek, dalam hal ini peran pemerintah untuk memberikan sosialisasi pentingnya perlindungan hak merek kepada UKM sangat diperlukan, sehingga mereka mampu memiliki merek sendiri dan tidak melakukan pelanggaran. Guna memenuhi kebutuhan UKM, Kementrian Koperasi UKM RI telah membuat program sertifikasi hak merek dengan biaya gratis pada tahun 2019.<sup>5</sup> Pada bulan September 2013 Kemenkumham melalui Dirjen Kekayaan Intelektual

---

2 Halmani, Hendra. 2002. *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Hal. 224

3 Hartono, Sri Rejeki . 2000. *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*. Bandung: Mandar Maju. Hal. 19

4 Nurul Hidayati dan Naomi Yuli Ester S, Urgensi Perlindungan Merek Melalui Protokol Madrid (Trademark Protection Urgency Through The Madrid Protocol), *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol. 14 No. 02 Juni (2017), h. 171

5 <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-program/124>, diakses tanggal 1 Desember 2019

(Dirjen KI) juga pernah memberikan fasilitas gratis biaya pendaftaran hak merek bagi UKM di Batam<sup>6</sup>. Namun kesulitan yang sering dihadapi oleh para UKM adalah merek yang diajukan permohonan pendaftaran setelah melalui proses pemeriksaan, tidak diterima, karena dianggap masih belum layak (misalnya terdapat kesamaan dengan merek yang sudah terdaftar). Berdasarkan wawancara pelaku usaha yang ada di Batam ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)) mereka mengaku ada yang sudah 3 sampai 4 kali mengajukan, tetapi tidak diterima. Fakta ini menjadi permasalahan bagi UKM mengenai faktor penyebab merek yang diajukan beberapa kali ditolak.

Selain fasilitas gratis pendaftaran yang diberikan Kemenkop atau Kemenkumham, juga ada cara pendaftaran melalui bantuan konsultan merek. Keduanya mempunyai keuntungan masing-masing. Fasilitas gratis yang diberikan oleh pemerintah, hanya gratis pada biaya pendaftarannya saja. Namun jika ada masalah pada saat proses pendaftaran dan proses perbaikan merek diserahkan sepenuhnya kepada para UKM. Hal ini berbeda dengan fasilitas berbayar sendiri dengan menggunakan konsultan, meskipun mahal, namun terdapat pendampingan (bantuan hukum) jika terjadi persoalan hukum.

Praktek dalam pendaftaran merek dengan menggunakan jasa konsultan merek, biasanya pihak konsultan akan membantu sepenuhnya mengenai perbaikan gambar merek, mereka akan membantu melihat kesamaan gambar merek yang sebelumnya sudah pernah terdaftar. Konsultan akan membantu dalam memperbaiki gambar merek sehingga diharapkan merek dapat diterima dan terdaftar. Pendaftaran merek melalui fasilitas gratis Kemenkop dan Kemenkumham, biasanya tidak ada pendampingan untuk membantu dalam perbaikan gambar merek dan penelusuran unsur kesamaan dengan merek yang sudah terdaftar. Berbeda dengan pendaftaran merek melalui konsultan merek, kelebihan yang diperoleh UKM dalam hal ini adalah pelaku usaha tidak perlu susah payah memperbaiki gambar, cukup menyerahkan pada jasa konsultan, dan biasanya dalam praktek membutuhkan waktu sekitar maksimal 2 tahun sampai terbitnya sertifikat.

Penggunaan konsultan merek di dalam prakteknya memberikan kemudahan pelaku usaha untuk mendapatkan merek. Namun biaya yang ditawarkan oleh konsultan merek juga tidak murah. Berdasarkan jasa pendaftaran yang ditawarkan di website yang dimiliki konsultan hukum, bisa mencapai di atas 10 juta (meliputi jasa pendaftaran dan pendampingan hukum jika terjadi persoalan hukum).<sup>7</sup> Mahalnya biaya tersebut, tentunya akan lebih memudahkan jika pelaku usaha dibantu oleh lembaga pembiayaan dalam pendaftaran merek.

6 [www.youtube.com](http://www.youtube.com), Radar Semenanjung, 24 september 2013

7 <https://optimasihki.id/biaya-pendaftaran-merek-dagang-berapa-sih/>, diakses 10 Oktober 2019

Persoalan mahalnnya biaya pengurusan merek melalui jasa konsultan merek, tentunya dapat dijadikan peluang bagi lembaga keuangan syariah untuk dapat dijadikan sebagai bagian dari produk pembiayaan. Penulisan ini akan membahas mengenai bentuk akad pembiayaan yang mampu menjadi bagian dari produk pembiayaan lembaga keuangan syariah dan ikut berperan dalam pengembangan UKM di Indonesia.

Beberapa penelitian sebelumnya yang terkait merek dan *ishtishna'* adalah sebagai berikut pertama adalah tulisan Uswah Hasanah (2018) tentang “bay’ al-salam dan bay’ al-istishna’”<sup>8</sup>, kedua oleh Marsum (2017) tentang “Implementasi Pembiayaan Akad *Istishna'* Dalam Transaksi Jual Beli Alat Bangunan di Mibel Barokah Pademawu Pamekasan (Suatu tinjauan perspektif Al-quran dan Al-sunnah)<sup>9</sup>, ketiga oleh Muhammad Ardi (2016) tentang “Asas-Asas Perjanjian (Akad), Hukum Kontrak Syariah dalam Penerapan Salam dan *Istishna'*”, keempat oleh Rahmat Budiman dan Ifrani (2019) dengan judul “Pendampingan dan Pendaftaran Merek Bagi Pengrajin Sasirangan Dalam Rangka Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di Kalimantan Selatan”.<sup>10</sup> Berdasarkan artikel tersebut, dapat dilihat belum adanya tulisan yang membahas akad *istishna'* dalam pendaftaran merek.

### Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah jenis penelitian yuridis normatif dengan pendekatan konsep dan peraturan perundang-undangan. Penelitian dilakukan dengan menelaah konsep merek yang diatur di dalam peraturan perundang-undangan dan hukum Islam, dengan konsep *istishna'* yang ada di dalam hukum Islam. Sumber penelitian hukum adalah bahan hukum primer yang meliputi KUHPdt dan Undang-Undang Merek. Sumber hukum sekunder diambil dari fatwa MUI tentang HKI, fatwa DSN MUI tentang Jual Beli *Istishna'*, buku, hasil penelitian, jurnal, dan artikel. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi bahan hukum primer dan sekunder yang selanjutnya akan dianalisis

8 Uswah Hasanah. Kajian Terhadap Produk Perekonomian Islam. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, Vol. 10 No. 1 (2018). DOI: <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i1.1929>

9 Marsum, Implementasi Pembiayaan Akad *Istishna'* Dalam Transaksi Jual Beli Alat Bangunan Di Mibel Barokah Pademawu Pamekasan (Suatu Tinjauan Perspektif Al-Quran Dan Al-Sunnah), *El-Furqania*, Vol. 4 N. 1 (2017), h. 59-84

10 Rahmat Budiman dan Ifrani, Pendampingan dan Pendaftaran Merek Bagi Pengrajin Sasirangan Dalam Rangka Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di Kalimantan Selatan, *Pro Sejahtera (Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat)*, Volume 1, Maret 2019, h. 98-103.

dengan metode kualitatif, yaitu dengan menelaah secara mendalam konsep hak merek yang ada di dalam KUHPdt, Undang-Undang Merek dan fatwa MUI, kemudian menganalisis hak merek sebagai obyek benda dalam akad jual beli *istishna'* dengan menggunakan fatwa DSN MUI tentang akad *istishna'*, dan selanjutnya merumuskan model pembiayaan untuk pendaftaran merek.

### Pembahasan

Hak merek merupakan bagian hak kekayaan industri yang dilindungi sistem Hak Kekayaan Intelektual. Merek menurut pasal 1 UU Merek adalah:

”tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur- unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.”

Pengaturan merek di Indonesia pertama kali diatur oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992, setelah ratifikasi keanggotaan WTO pada tahun 1994, selanjutnya pengaturan merek dilakukan penyesuaian dengan TRIPs melalui Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Perubahan berikutnya adalah melalui Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan terakhir diubah menjadi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UUM).

Undang-Undang memberikan definisi hak atas merek (pasal 1 UU Merek) yaitu:

*“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.”*

Menurut pasal 35 (1) UUM, merek terdaftar mendapatkan perlindungan hukum dalam jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dimulai tanggal penerimaan pendaftaran dan dapat diperpanjang.

Perlindungan merek sangat penting, selain dianggap harta kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pemilik merek (pengusaha), juga dijadikan sebagai alat untuk melindungi masyarakat sebagai konsumen dari adanya penipuan kualitas barang tertentu. Konsumen akan merasa dirugikan jika merek yang mereka anggap berkualitas, ternyata diproduksi oleh pihak lain dengan kualitas rendah. Hal ini juga bisa berakibat menurunkan reputasi perusahaan.

Sebuah merek dapat dijadikan sebagai harta kekayaan yang sangat berharga secara komersial. Merek perusahaan dapat dijadikan sebagai asset bernilai lebih

tinggi dibandingkan dengan aset riil perusahaan.<sup>11</sup> Hak merek dapat disebut sebagai benda (*zaak* dalam Belanda) sebagaimana dikenal dalam hukum perdata. Hak merek sebagai benda jika merujuk pada KUHPdt, dapat dijelaskan melalui pasal 499 KUHPdt yang menyatakan bahwa:

*“benda (zaken) adalah tiap barang (goederen) dan tiap hak (rechten) yang dapat menjadi obyek dari hak milik.”*

Pasal tersebut menjelaskan bahwa hak merek adalah termasuk hak (*rechten*) yang dapat menjadi obyek dari hak milik, sehingga dalam hal ini hak merek bisa menjadi benda. Hak merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang juga sama kedudukannya dapat dijadikan sebagai obyek hak milik.

Ahli hukum L.J Van Apeldorn berpendapat bahwa benda dalam arti yuridis disebut sebagai obyek hukum<sup>12</sup>. Obyek hukum adalah semua yang dapat digunakan oleh subyek hukum dan dapat menjadi obyek dalam hubungan hukum, karena obyek hukum dapat dikuasai oleh subyek hukum<sup>13</sup>. Sedangkan dalam ilmu hukum, pengertian benda lebih luas, yaitu segala sesuatu yang dapat menjadi obyek hukum dan barang-barang yang dapat menjadi milik serta hak setiap orang yang dilindungi oleh hukum<sup>14</sup>. Pada pengertian tersebut, benda diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat menjadi obyek hukum, mempunyai nilai ekonomi, sehingga hak merek sebagai benda merupakan harta kekayaan yang dapat dialihkan kepada pihak lain, baik dalam bentuk jual beli, pewarisan, hibah atau perjanjian khusus seperti lisensi. Hak merek merupakan jenis benda bergerak tidak berwujud (*intangible movables*) yang pertama kali dikenal di negara dengan sistem hukum anglo saxon (*common law system*).<sup>15</sup>

Hak merek dapat dianggap sebagai aset yang bernilai, karena mempunyai manfaat ekonomis yang dapat dinikmati dan nilai ekonomis yang melekat melahirkan konsep property terhadap karya-karya intelektual tersebut. Bagi dunia usaha, karya-karya tersebut dapat disebut sebagai aset perusahaan<sup>16</sup>. Hak merek sebagai benda yang dapat beralih kepemilikannya juga dijelaskan melalui pasal 40 Undang-Undang Merek yang menyebutkan bahwa hak atas merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena pewarisan, wasiat, hibah, perjanjian, sebab

11 Lindsey dkk., *Hak Kekayaan Intelektual* (Jakarta: Alumni, 2006), h. 131

12 Apeldorn, L.J. Van, *Pengantar Ilmu Hukum* (Jakarta: Pradnya Paramita, 1980), h. 215

13 Tutik Tri Wulan, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 142-143

14 Simanjuntak, P.N.H, *Pokok-Pokok Hukum Perdata Indonesia* (Jakarta: Djambatan, 2009), h. 203

15 Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Malang: Setara Press, 2017), h. 2

16 Bambang Kesowo, *Pengantar Hukum Mengenai HKI di Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Hukum UGM, 1995), h. 5

lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan. Dalam hukum Islam melalui fatwa MUI No. 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) menyatakan bahwa:

*“hak merek yang merupakan HKI (hak kekayaan intelektual) dipandang sebagai salah satu huquq maliyyah (hak kekayaan) yang mendapat perlindungan hukum (mashun) sebagaimana mal (kekayaan).”*

Fatwa tersebut secara jelas mengakui bahwa hak merek dapat dijadikan sebagai obyek hukum dalam perjanjian, karena merek dianggap sebagai benda atau berupa kekayaan yang mempunyai nilai ekonomis.

### Model Pembiayaan Jasa Pendaftaran Merek Melalui Akad Istishna'

Akad *istishna'* pada dasarnya merupakan kontrak jual beli antara penjual dan pembuat barang dengan pembayaran di muka, baik dilakukan dengan cara tunai, cicil atau ditangguhkan. Dalam akad *istishna'* pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Pembuat barang selanjutnya berusaha melalui pihak lain membuat atau membeli barang sesuai spesifikasi yang sudah disepakati dan menjualnya kepada pembeli terakhir. Kedua belah pihak bersepakat atas harga serta system pembayaran: apakah pembayaran dilakukan di muka, melalui cicilan, atau ditangguhkan sampai suatu waktu pada masa yang akan datang<sup>17</sup>. Untuk melaksanakan akad *istishna'* kontrak dilakukan di tempat pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Akad *istishna'* merupakan lanjutan dari bai' as salam. Pembuat barang dapat saja membuat barang yang dipesan atau dibeli sesuai spesifikasi pesanan yang disebutkan di dalam kontrak kemudian menjualnya kembali kepada pembeli. Prinsip *istishna'* ini menyerupai as salam, namun dalam *istishna'* pembayarannya dapat dilakukan di muka, di cicil atau ditangguhkan, sedangkan dalam as salam dilakukan secara tunai. Jadi secara sederhana, *istishna'* boleh disebut sebagai akad yang terjalin antara pemesan sebagai pihak 1 dengan seorang produsen suatu barang atau yang serupa sebagai pihak ke-2, agar pihak ke-2 membuatkan suatu barang sesuai yang diinginkan oleh pihak 1 dengan harga yang disepakati antara keduanya.<sup>18</sup>

Berikut ini Keputusan Fatwa DSN MUI Nomor: 06/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Istishna':

“Ketentuan tentang Pembayaran: (1) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat, (2) pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan, (3) pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan

17 H.M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Tazkia Cendekia, 2001), h. 113

18 Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan* (Jakarta: FEUI., 2005), h. 426-427

hutang. Barang dalam ketentuan fatwa adalah sebagai berikut:

1. Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang.
2. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
3. Penyerahannya dilakukan kemudian.
4. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
5. Pembeli (pembeli, mustashni) tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
6. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.
7. Dalam hal terdapat cacat atau barang tidak sesuai dengan kesepakatan, pemesan memiliki hak khayar (hak memilih) untuk melanjutkan atau membatalkan akad.”

Fatwa tersebut di atas memberikan penjelasan bahwa akad *istishna'* hukumnya adalah dibolehkan (jawaz) dan telah dilakukan oleh masyarakat muslim sejak lama dan tidak ada ulama yang mengingkari. Rukun akad *istishna'* adalah sama dengan rukun jual beli (salam), ada 5 rukun yang sesuai dengan jual beli secara pesanan yaitu<sup>19</sup>:

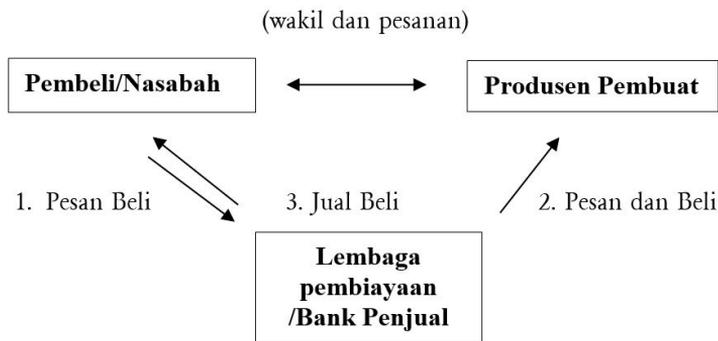
1. Pihak pemesan  
Pihak pertama adalah pembeli atau pemesan disebut mustashni'
2. Pihak produsen atau yang menerima pemesanan  
Pihak kedua adalah penjual atau pembuat yang menerima pemesanan, atau disebut dengan shani'.
3. Obyek dalam akad  
Obyek akad atau benda atau barang yang dimaksud harus disebutkan dalam akad.
4. Harga  
Pembayaran harga dapat disepakati kedua belah pihak, apakah bisa dibayar di muka, diangsur, atau di akhir setelah barang jadi.
5. Ijab qabul (sighat)  
Ijab merupakan ucapan pihak pemesan kepada orang yang membuatkan sesuatu untuknya (produsen) dengan memberikan imbalan tertentu, dan qabul adalah jawaban pihak yang dipesan untuk menyatakan persetujuannya terhadap pemesanan.

---

19 Veithzal Rivai, dkk. *Islamic Transaction Law in Business dari Teori dan Praktek* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 74

Berikut ini skema hubungan hukum yang dapat dibuat di dalam akad *istishna'* (proses pembiayaan *istishna'* dengan produsen pilihan nasabah):

Gambar 1: Akad Istishna'



Sumber: Dahlan Siamat (2002: 427)

Akad *istishna'* dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur, industri kecil menengah dan konstruksi. Pada *istishna'* kriteria barang harus jelas jenis, macam, ukuran, mutu dan jumlah. Harga jual yang disepakati dicantumkan dalam akad *istishna'* dan tidak boleh berubah selama berlakunya akad. Jika terjadi perubahan kriteria pesanan dan terjadi perubahan harga setelah akad ditandatangani, maka seluruh biaya tambahan tetap ditanggung oleh nasabah<sup>20</sup>.

Akad *istishna'* dan *salam* hampir sama. Pada pembahasan model pembiayaan jasa pendaftaran merek tidak menggunakan akad *salam*, dikarenakan di dalam praktek biaya yang dikeluarkan untuk biaya pendaftaran merek bisa berubah (karena ada biaya tambahan yang di luar dugaan kedua belah pihak), seperti biaya permohonan surat sanggaraha jika merek ditolak, permohonan surat keberatan dan banding merek atas penolakan kepada Komisi Banding Merek.<sup>21</sup>

Berikut ini akan dilakukan pembahasan model akad pembiayaan yang mungkin dapat digunakan untuk membantu para UKM dalam pengurusan pendaftaran merek. Analisis penggunaan akad *istishna'* dalam pembiayaan ini akan menggunakan Keputusan Fatwa DSN MUI Nomor: 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Istishna'*. Penulis akan membatasi kajian hukum Islam tentang akad *istishna'* hanya melalui fatwa DSN MUI, karena fatwa ini menjadi dasar rujukan dalam praktek ekonomi syariah di Indonesia.

<sup>20</sup> Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan* (Jakarta: FEUI, 2005), h. 427.

<sup>21</sup> <https://optimasihki.id/biaya-pendaftaran-merek-dagang-berapa-sih/>, diakses 10 Oktober 2019

Pada penjelasan di atas hak merek dalam system hukum di Indonesia ataupun hukum Islam sudah menganggap bahwa hak merek adalah benda atau dapat dijadikan sebagai obyek hukum. Penerbitan sertifikat hak merek adalah tidak seperti benda lain yang kemudian sudah ada bendanya, namun wujud benda (hak merek) membutuhkan waktu dalam pengurusannya sampai terbitnya sertifikat.

Sebelum mengkaji akad *istisna'* dalam pembiayaan jasa pendaftaran merek, maka berikut ini akan dijelaskan terlebih dahulu alur praktek pendaftaran merek:

Gambar 2. Alur Pendaftaran Merek



Sumber: Diolah

#### Berikut tahapan pendaftaran merek:

1. Pelaku usaha akan menunjuk perusahaan konsultan merek untuk dapat mendaftarkan merek yang dimiliki oleh pengusaha. Spesifikasi gambar merek biasanya sudah disiapkan oleh pelaku usaha, namun biasanya akan menyerahkan sepenuhnya kemungkinan terjadinya perubahan gambar merek jika memang gambar merek sudah ada yang memiliki sebelumnya. Konsultan akan membantu melakukan pengecekan dengan merek yang sudah terdaftar.
2. Konsultan akan memberikan beberapa jasa yang dikenakan biaya tersendiri seperti cek kebaharuan merek atau pemeriksaan awal merek yang akan didaftarkan, jasa pendaftaran merek, biaya pendampingan hukum dan konsultasi selama proses pendaftaran. Konsultan biasanya juga ada yang memberikan jasa perbaikan gambar merek agar berbeda dengan merek yang sudah terdaftar.
3. Pengajuan permohonan pendaftaran ke Dirjen KI. Setelah permohonan pendaftaran diajukan, kemudian akan memasuki proses dilakukan pengumuman dalam Berita Resmi Merek selama 2 bulan.
4. Jika tidak ada keberatan dalam waktu 30 hari setelah pengumuman berakhir, maka dilanjutkan proses pemeriksaan substansi yang membutuhkan waktu selama 150 hari. Waktu yang cukup lama bagi pelaku usaha untuk menunggu keluarnya sertifikat hak atas merek (dalam prakteknya bisa lebih dari 1 tahun).<sup>22</sup> Oleh sebab itu biasanya pelaku usaha akan menyerahkan sepenuhnya perbaikan gambar merek pada konsultan. Cara ini akan mampu meminimalisir kemungkinan gambar merek ditolak pada tahapan pemeriksaan substansi.
5. Akibat hukum dari pendaftaran merek adalah lahirnya perlindungan hak

<sup>22</sup> www.corporindo.com, diakses 20 November 2019

atas merek. Merek tidak akan mendapatkan perlindungan hukum jika tidak didaftarkan di Dirjen KI, karena undang-undang merek menganut prinsip konstitutif.

Pada penjelasan di atas hak merek dalam system hukum di Indonesia ataupun hukum Islam sudah menganggap bahwa hak merek adalah benda atau dapat dijadikan sebagai obyek hukum. Berdasarkan kebutuhan dan praktek pendaftaran merek maka akad yang bisa dipakai untuk dapat membiayai pendaftaran merek adalah akad bai' *istishna'*. Penerbitan sertifikat hak merek adalah tidak seperti benda lain yang kemudian sudah ada bendanya, namun wujud benda (hak merek) membutuhkan waktu dalam pengurusannya sampai terbitnya sertifikat. Pada saat merek belum didaftarkan maka 'merek' belum menjadi 'benda', namun setelah keluar sertifikat 'merek' sudah terdaftar maka merek akan berubah menjadi 'hak atas merek' yang kemudian bisa menjadi 'benda' yang dapat dialihkan.

Berikut ini akan dijelaskan model pembiayaan pengurusan hak merek melalui Keputusan Fatwa DSN MUI Nomor: 06/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli *Istishna'*, ketentuan tentang pembayaran adalah:

1. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat. Pembayaran akan dilakukan oleh pihak bank atau lembaga pembiayaan dengan menggunakan uang.
2. Pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan yaitu sampai terbitnya sertifikat hak merek.
3. Pembayaran pendaftaran merek tidak dalam bentuk pembebasan hutang.

Hak merek sebagai barang dalam ketentuan fatwa adalah sebagai berikut:

1. Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang.  
Hak merek mempunyai ciri-ciri yaitu benda yang bergerak, tidak berwujud, hak merek dapat dialihkan melalui pewarisan, wasiat, hibah, perjanjian atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.
2. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.  
Hak merek yang diajukan mempunyai spesifikasi gambar merek yang diinginkan pemesan. Misalnya gambar merek jago berwarna merah.
3. Penyerahannya dilakukan kemudian.

Hak merek akan mendapatkan perlindungan hukum yaitu sejak hak merek terdaftar di Dirjen KI yaitu dibuktikan dengan keluarnya sertifikat. Sertifikat hak merek akan terbit setelah melalui proses diumumkan dalam Berita Resmi Merek, tidak ada pihak yang keberatan dan telah melalui proses pemeriksaan substansi. Setelah semua persyaratan terpenuhi, selanjutnya sertifikat hak merek akan diserahkan oleh Dirjen KI melalui kuasa pemohon (konsultan merek).

4. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.

Waktu penyerahan sertifikat hak merek adalah sampai terbitnya sertifikat dan dapat diambil melalui konsultan merek yang ditunjuk oleh pemohon. Penyerahan sertifikat tentunya harus melalui pihak lembaga pembiayaan, karena pemesan awal adalah pihak bank/lembaga pembiayaan.

5. Pembeli (pemesan, *mustashni*) tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.

Pelaku usaha dalam hal ini pemilik hak merek (pemohon/nasabah) tidak diperkenankan mengalihkan hak merek kepada pihak lain sebelum sertifikat keluar dan lunas dalam pembayaran pendaftaran (yang dilakukan oleh pihak lembaga pembiayaan).

6. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan. Kepemilikan atas hak merek yang sudah terdaftar tidak bisa ditukar dengan benda lain, kecuali ada kesepakatan sebelumnya.

7. Jika ada cacat atau barang tidak sesuai kesepakatan, pemesan memiliki hak *khiyar* (hak memilih) untuk melanjutkan atau membatalkan akad.

Untuk menghindari terjadinya gambar merek yang tidak sesuai dengan pemesanan, biasanya sudah ada pemberian kuasa kepada konsultan untuk menyerahkan sepenuhnya perbaikan gambar merek yang akan didaftarkan atau sudah disepakati sebelumnya bahwa perubahan gambar merek harus memberikan pemberitahuan kepada pemesan.

*Istishna'* paralel adalah suatu bentuk akad *istishna'* antara pemesan (pembeli/*mustashni'*) dengan penjual (pembuat/*shani'*), kemudian untuk memenuhi kewajibannya kepada *mustashni'*, penjual memerlukan pihak lain sebagai *shani'*. Pada prakteknya di lembaga perbankan, juga menggunakan *istishna'* paralel, karena dibutuhkan pihak ketiga sebagai pembuat.<sup>23</sup> Jika nasabah dalam akad *istishna'* tidak mewajibkan lembaga pembiayaan untuk membuat sendiri barang pesanan, maka untuk memenuhi kewajiban pada akad pertama, lembaga pembiayaan dapat mengadakan akad *istishna'* kedua dengan pihak ketiga (supplier). Akad *istishna'* kedua ini disebut *istishna'* paralel. Dalam konteks lembaga pembiayaan, piutang *istishna'* timbul dari *istishna'* paralel.<sup>24</sup> Akad *istishna'* di dalam pembiayaan jasa pendaftaran merek dapat menggunakan *istishna'* paralel, dalam hal ini pihak ketiga adalah konsultan merek yang membantu jasa pengurusan merek.

23 Zainal Abidin, Akad Derivatif Dalam Transaksi Muamalah Kontemporer, *Nuansa*, Vol. 10 No. 2 Juli-Desember 2013, h. 335-360.

24 Mujahidin. Rekonstruksi Akad Muamalah dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah, *Jurnal Iqtisaduna*, IAIN Palopo. Vol. 5 No. 1 Tahun 2019, h. 39

*Istishna'* paralel adalah bukan *istishna'* yang biasa digunakan masyarakat, namun transaksi antara bank (sebagai penjual) dalam kontrak *istishna'* dengan pembuat barang pada pihak yang lain. Produk barang yang dibuat adalah melihat ciri-ciri barang yang telah disepakati pada akad pertama, dimana bank pada saat itu adalah sebagai pihak yang meminta untuk dibuatkan. Maka jadilah dua akad ini sebagai akad *istishna'* paralel tanpa ada hubungan antara akad pertama dan akad kedua.

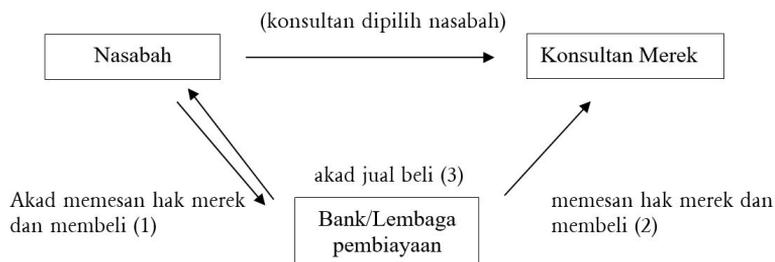
Posisi bank/lembaga pembiayaan dalam akad *istishna'* yang pertama, dianggap sebagai penanggung biaya pada *istishna'* paralel, sehingga bank berhak mendapatkan untung. Bank juga berhak menentukan waktu kapan penyerahan barang akan dilakukan. Minimal sama dengan waktu penyelesaian pada akad pertama, ataupun lebih lama pada *istishna'* paralel.

Dalam fatwa (MUI, DSN No. 06/DSN-MUI/IV/ 2000 dijelaskan bahwa boleh dilakukan *istishna'* paralel dengan syarat *istishna'* pertama tidak bergantung (mu'allaq) pada *istishna'* kedua. Fatwa DSN menjelaskan:

*"jika LKS melakukan transaksi istishna' untuk memenuhi kewajibannya kepada nasabah ia dapat melakukan istishna lagi dengan pihak lain pada objek yang sama, dengan syarat istishna pertama tidak bergantung (mu'allaq) pada istishna kedua."*

Dalam praktiknya, akad *istishna'* bergantung pada akad *istishna'* paralel, akad *istishna'* disepakati jika akan diadakan *istishna'* paralel. Berikut ini akan dijelaskan model pembiayaan pengurusan hak merek melalui akad *istishna'*:

Gambar 3: Akad Pembiayaan Jasa Pendaftaran Hak Merek



Sumber: Diolah

Penjelasan alur di atas adalah sebagai berikut:

Nasabah akan datang ke lembaga pembiayaan dan memesan hak merek dengan melalui pembiayaan.

1. Lembaga pembiayaan akan memesankan hak merek atas nama nasabah kepada konsultan merek dengan membayar uang muka pendaftaran (konsultan bisa ditentukan oleh nasabah atau pihak lembaga pembiayaan).
2. Waktu pemesanan disepakati yaitu sampai sertifikat hak merek keluar.
3. Pembiayaan dilakukan secara bertahap, pembayaran uang muka pemesanan bisa diberikan di awal perjanjian.
4. Pada saat hak merek sudah terdaftar dan terbit sertifikat, kemudian lembaga pembiayaan akan melakukan pembayaran secara tunai kepada konsultan merek.
5. Pada proses pendaftaran merek (sekitar 1 tahun lebih), nasabah membayar harga pendaftaran merek kepada lembaga pembiayaan dengan cara angsuran. Jangka waktu angsuran bisa disepakati antar pihak lembaga pembiayaan dan nasabah (pemesan).
6. Setelah sertifikat terbit, pihak lembaga pembiayaan akan menahan sertifikat merek sampai nasabah mampu melunasi hutangnya.
7. Sertifikat hak merek dapat dijadikan sebagai jaminan hutang (rahn), jika disepakati kedua belah pihak. Meskipun belum ada dasar hukum positif yang mengaturnya, namun jika merujuk pada hak merek diakui sebagai benda, maka hak merek dapat dijadikan obyek dalam jaminan hutang.<sup>25</sup>

Skema di atas diharapkan dapat membantu menjelaskan hubungan hukum dalam akad *istishna'* dan kemungkinan model pembiayaan yang dapat digunakan dalam praktek pembiayaan jasa pendaftaran merek. Pembiayaan dengan model *istishna'* bisa menjadi alternatif pilihan bagi lembaga pembiayaan berbasis syariah dalam membantu pembiayaan pengurusan hak merek melalui konsultan merek.

Pembahasan dalam ushul fiqh terdapat konsep masalah yang merupakan salah satu metode *istinbath* hukum Islam, yang dapat dijadikan alat atau landasan berpikir untuk menjawab persoalan-persoalan baru.<sup>26</sup> Model akad pembiayaan bagi pelaku usaha UKM melalui akad *ishtisna'* jika ditinjau melalui konsep masalah adalah dapat digunakan selama akad tersebut dapat medatangkan kebaikan. Akad *ishtisna'* dalam pembiayaan jasa pendaftaran merek jika ditinjau berdasarkan ukuran utama masalah yaitu pertama, tidak bertentangan dengan al Qur'an dan hadist, akad *ishtisna'* dalam pembiayaan jasa pendaftaran merek tidak bertentangan dengan al Quran dan hadist karena telah diperjanjikan oleh

25 Khoirul Hidayah, Kajian Hukum Islam Terhadap Hak Merek Sebagai Obyek Dalam Perjanjian Rahn, *De jure Jurnal Hukum dan Syariah*, Vol. 6, No. 1, 2014, h. 8

26 Abu Rokhmad, Kajian Hukum Progresif Perspektif Teori Masalah, *Al-Manabij Jurnal Kajian Hukum Islam*, Vol. VII, No. 1, 2013, h. 10

kedua belah pihak, disepakati dan tidak ada gharar ataupun riba. Ukuran kedua adalah kemaslahatan bersifat rasional dan pasti, akad *ishtisna'* dalam pembiayaan jasa pendaftaran merek berdasarkan tujuan hukum, dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha. Ukuran ketiga adalah kemaslahatan menyangkut orang banyak, pembiayaan jasa pendaftaran merek melalui akad *ishtisna'* tentunya memberikan manfaat bagi pelaku usaha untuk mendapatkan pembiayaan jasa pendaftaran merek oleh konsultan merek melalui lembaga pembiayaan syariah.

### Simpulan

Pembiayaan jasa pendaftaran merek sangat dibutuhkan oleh pengusaha kecil, meskipun ada fasilitas gratis pendaftaran merek melalui kemenkumham dan tarif murah, namun masih sering ditemui beberapa permasalahan yang menyebabkan ditolaknya merek. Alternatif yang bisa dilakukan oleh pengusaha kecil adalah mengajukan pendaftaran melalui konsultan merek. Konsultan akan membantu kekurangan dan perbaikan gambar merek sebelum masuk proses pemeriksaan serta upaya hukum dalam keberatan sampai disetujuinya hak merek melalui penerbitan sertifikat. Namun persoalan muncul juga karena mahalnya biaya pengurusan merek melalui konsultan merek, maka pelaku usaha ada yang enggan melakukan pendaftaran merek. Hal ini tentu dapat menjadi perhatian bagi lembaga pembiayaan syariah untuk dapat membantu pelaku usaha.

Guna memenuhi kebutuhan pelaku usaha, maka pihak lembaga pembiayaan bisa melakukan pembiayaan dengan akad *istishna'*, yaitu pemesanan barang. Kalau pada pembiayaan jasa pendaftaran merek, maka pemesanannya adalah hak atas merek yang sudah terdaftar, hal tersebut dapat dibuktikan melalui terbitnya sertifikat hak atas merek.

Melalui pembiayaan *ishtisna'* ini, maka diharapkan lembaga pembiayaan baik perbankan ataupun non bank syariah di Indonesia dapat ikut berperan dalam mengembangkan pengusaha kecil dalam menghadapi perdagangan bebas khususnya di kawasan ASEAN (ASEAN Economic Community/AEC). Dengan adanya pembiayaan jasa pendaftaran merek, maka secara tidak langsung juga lembaga pembiayaan syariah ikut berperan melakukan sosialisasi tentang pentingnya pendaftaran merek sebagai bentuk upaya perlindungan hukum atas suatu produk. Kepemilikan hak atas merek akan berdampak positif pada kepercayaan diri pelaku usaha untuk siap bersaing secara sehat dalam lintas perdagangan internasional.

**Daftar Pustaka****Buku**

- Apeldorn, L.J. Van. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Pradnya Paramita, 1980.
- Arifin, Sjamsul. dkk. *Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015*. Jakarta: Alex Media Komputindo, 2008.
- Antonio, H.M. Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Tazkia Cendekia, 2001.
- Halmani, Hendra. *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Hartono, Sri Rejeki. *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*. Bandung: Mandar Maju, 2000.
- Hidayah, Khoirul. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press, 2017.
- Kesowo, Bambang. *Pengantar Hukum Mengenai HKI di Indonesia*. Yogyakarta: Fakultas Hukum UGM, 1995.
- Keputusan Fatwa MUI Nomor: 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
- Keputusan Fatwa DSN MUI Nomor: 06/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Istishna'
- Lindsey, Tim, dkk. *Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Alumni, 2006.
- Rivai, Veithzal. dkk. *Islamic Transaction Law in Business dari Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Simanjuntak, P.N.H. *Pokok-Pokok Hukum Perdata Indonesia*. Jakarta: Djambatan, 2009.
- Siamat, Dahlan. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Jakarta: FEUI, 2005.
- Tutik, Tri Wulan. *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Utomo, Tomi Suryo. *Hak Kekayaan Intelektual di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

**Artikel**

Abidin, Zainal. Akad Derivatif Dalam Transaksi Muamalah Kontemporer. *Nuansa*. Volume ke-10 Nomor 2, Juli-Desember: 2013.

Budiman, Rahmat dan Ifrani, Pendampingan dan Pendaftaran Merek Bagi Pengrajin Sasirangan Dalam Rangka Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di Kalimantan Selatan, *Pro Sejahtera (Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat)*. Volume 1, Maret: 2019, 98-103.

Hasanah, Uswah. Kajian Terhadap Produk Perekonomian Islam. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, Volume ke-10 Nomor 1: 2018. DOI: <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i1.1929>

Hidayati, Nurul dan Yuli Ester S, Naomi. Urgensi Perlindungan Merek Melalui Protokol Madrid (Trademark Protection Urgency Through The Madrid Protocol). *Jurnal Legislasi Indonesia*. Vol. 14 No. 2, Juni: 2017, 171 – 184.

Hidayah, Khoirul. Kajian Hukum Islam Terhadap Hak Merek Sebagai Obyek Dalam Perjanjian Rahn. *De jure Jurnal Hukum dan Syariah*. Volume ke-6, Nomor 1: 2014, 1-9.

Marsum. Implementasi Pembiayaan Akad Istishna' Dalam Transaksi Jual Beli Alat Bangunan Di Mibel Barokah Pademawu Pamekasan (Suatu Tinjauan Perspektif Al-Quran Dan Al-Sunnah), *El-Furqania*, Volume ke-4, Nomor 1: 2017, 59-84.

Mujahidin. Rekonstruksi Akad Muamalah dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Iqtisaduna*. IAIN Palopo. Volume ke-5, Nomor 1: 2019.

Rokhmad, Abu. Kajian Hukum Progresif Perspektif Teori Masalah. *Al-Manabij Jurnal Kajian Hukum Islam*. Volume ke-7, Nomor 1: 2013, 1-14.

**Peraturan Perundang-undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP)

Kompilasi Hukum Ekonomi Islam.

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

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