

BAB II

TINJAUAN UMUM

A. DEFINISI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL

1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Hak kekayaan intelektual adalah hak yang timbul bagi hasil olah pikir otak yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia. Hak Kekayaan Intelektual adalah hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak dan hasil kerja rasio. Hasil kerja otak itu kemudian dirumuskan sebagai intelektualitas. Orang yang optimal memerankan kerja otaknya disebut sebagai orang yang terpelajar, mampu menggunakan rasio, mampu berpikir secara rasional dengan menggunakan logika, karena itu hasil pemikirannya disebut rasional dan logis¹.

Menurut Munir Fuady, Hak Kekayaan Intelektual, merupakan suatu hak kebendaan yang sah dan diakui oleh hukum atas benda tidak berwujud berupa kekayaan/kreasi intelektual. Berbicara mengenai intellectual property rights, makna dari istilah tersebut yaitu, hak, kekayaan, dan intelektual. Kekayaan merupakan abstraksi yang dapat dimiliki, dialihkan, dibeli, maupun dijual. Adapun kekayaan intelektual merupakan kekayaan atas segala hasil produksi kecerdasan daya pikir seperti teknologi, pengetahuan, seni, sastra, gubahan lagu, karya tulis, dan lain-lain²

¹ H. OK. Saidin 2, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010) hal .9.

² Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*,(Bandung: Citra Aditya Bakti, 2011) hal 208.

Menurut Arthur Lewis, umumnya hak kekayaan intelektual digunakan untuk menyebut semua hal yang berasal dari penggunaan otak manusia, seperti gagasan, invensi, puisi, desain, dan lain-lain. Berbicara mengenai tentang kekayaan intelektual juga berbicara tentang hak-hak dan perlindungannya, seperti hak cipta, paten, merek, dan lain-lain. Terlihat bahwa hak-hak ini terutama memberikan pemiliknya menguasai dan menikmati manfaat-manfaat dari 15 tersebut dalam periode atau batas waktu tertentu. Hukum an hak kepada pemilik kekayaan intelektual agar dapat menarik manfaat dari waktu dan biaya yang telah dikeluarkannya dalam memproduksi sesuatu itu³.

Pada intinya Hak Kekayaan Intelektual adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreatifitas intelektual. Hak yang berasal dari hasil kegiatan intelektual manusia yang mempunyai manfaat ekonomi. Konsepsi mengenai hak kekayaan intelektual didasarkan pada pemikiran bahwa karya intelektual yang telah dihasilkan manusia memerlukan pengorbanan tenaga, waktu dan biaya. Adanya pengorbanan ini menjadikan karya yang telah dihasilkan memiliki nilai ekonomi karena manfaat yang dapat dinikmatinya.

2. Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual

Menurut OK. Saidin, hak kekayaan intelektual merupakan bagian dari benda yang tidak berwujud (benda immateril), benda dalam hukum perdata dapat diklasifikasikan kedalam berbagai kategori. Salah satu di antara kategori itu ialah pengelompokan benda ke dalam klasifikasi benda berwujud dan benda tidak berwujud. Untuk hal ini dapatlah dilihat batasan benda yang terdapat pada Pasal 499

³ Arthur Lewis, *Dasar-Dasar Hukum Bisnis*, (Bandung: Nusa Media, 2014) hal.335

KUHPerdata. Untuk pasal ini, kemudian Mahadi mengungkapkan, seandainya dikehendaki rumusan lain dari pasal ini dapat diturunkan kalimat, yaitu: yang dapat menjadi objek hak milik adalah benda dan benda itu terdiri dari barang dan hak. Barang yang dimaksudkan oleh Pasal 499 KUHPerdata tersebut adalah benda materil (*stoffelijk voorwerp*), sedangkan hak adalah benda immateril. Uraian ini sejalan dengan klasifikasi benda berdasarkan Pasal 503 KUHPerdata, yaitu penggolongan benda ke dalam kelompok benda berwujud (*bertubuh*) dan benda tidak berwujud (*tidak bertubuh*)⁴.

Konsekuensi lebih lanjut dari batasan hak kekayaan intelektual adalah terpisahnya antara hak kekayaan intelektual itu dengan hasil material yang menjadi bentuk jelmaannya. Yang disebut terakhir ini adalah benda berwujud (benda materil). Suatu contoh dapat dikemukakan misalnya hak cipta dalam bidang karya sinematografi (berupa hak kekayaan intelektual) dan hasil materil yang menjadi bentuk film. Jadi yang dilindungi dalam kerangka hak kekayaan intelektual adalah haknya bukan jelmaan dari hak tersebut. Jelmaan dari hak tersebut dilindungi oleh hukum benda dalam kategori benda materil (benda berwujud)⁵.

Penggolongan Hak Kekayaan intelektual dapat digolongkan dalam dua lingkup⁶:

a. Hak Cipta (*Copy Rights*)

Berdasarkan Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta. Bahwa hak cipta adalah hak

⁴ H. OK. Saidin 2, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, hal .34.

⁵ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, hal 134.

⁶ Pipin Syarifin, *Peraturan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, Bandung, 2004), hal. 11-12.

eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

b. Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*).

Adapun dalam lingkup Hak Kekayaan Industri mencakup:

- 1) Merek (*Trade Mark*)
- 2) Paten (*Patens*)
- 3) Rahasia Dagang (*Trade Secret*)
- 4) Desain Industri (*Industrial Design*)
- 5) Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Layout Design Topographics of Integration Circuits*)
- 6) Perlindungan Varietas Tanaman (*Plant Variety*)

Dapat diketahui bahwa penggolongan hak kekayaan intelektual digolongkan dalam dua ruang lingkup, Hak Cipta (*Copy Rights*) dan Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*) yang terdiri dari Merek (*Trade Mark*), Paten (*Patens*), Rahasia Dagang (*Trade Secret*), Desain Industri (*Industrial Design*), serta Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Layout Design Topographics of Integration Circuits*), kemudian Perlindungan Varietas Tanaman (*Plant Variety*). Mengingat merek digunakan dalam dunia usaha perdagangan dan industri, sehingga hak atas merek digolongkan dalam ruang lingkup hak kekayaan industri (*Industrial Property Rights*). Di bawah pengawasan Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Kementrian Hukum dan HAM RI.

B. DEFINISI MEREK

1. Pengertian Merek

Merek adalah salah satu asset yang sangat berharga bagi sebuah perusahaan. Dengan merek yang diseleksi dan dipelihara secara baik, sebuah perusahaan dapat menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. Perlindungan hukum yang memadai di bidang merek akan sangat berpengaruh bagi kelangsungan sebuah perusahaan dan sekaligus meningkatkan daya saing di pasar global dan nasional⁷.

Istilah merek sejauh ini diartikan dengan berbagai cara, tergantung pada perspektif pemahaman atas fenomena merek itu sendiri. Dalam arti klasik, merek dihubungkan dengan identifikasi sebuah produk dan pembedaannya dari produk -produk para pesaing, baik dalam bentuk pemakaian nama tertentu, logo spesifik, desain khusus, maupun tanda dan simbol visual lainnya⁸.

Menurut Molengraaf, merek yaitu dengan mana dipribadikan sebuah barang tertentu, untuk menunjukkan asal barang, dan jaminan kualitasnya sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat, dan diperdagangkan oleh orang-orang atau perusahaan lain⁹.

Pada hakikatnya merek ada suatu tanda. Akan tetapi, agar tanda tersebut dapat diterima sebagai merek, harus memiliki daya pembeda.

⁷ Tomi, Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual di Era Global*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hal.209.

⁸ Casavera, *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009), hal. 3

⁹ Muhammad Djumha dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia)*, (Bandung. Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 161.

Yang dimaksudkan dengan memiliki daya pembeda adalah memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. Suatu merek haruslah mempunyai sifat yang khas dan yang lain dari yang lain¹⁰.

Terdapat enam tingkat pengertian merek menurut Surachman, diantaranya¹¹:

a. Atribut

Setiap merek memiliki atribut. Atribut ini perlu dikelola dan diciptakan agar konsumen dapat mengetahui dengan pasti atribut-atribut apa saja yang terdapat dalam suatu merek. Misalnya: KFC menyiratkan restoran cepat saji yang memiliki kualitas produk yang aman, enak, dan terjamin serta pelayanannya yang cepat.

b. Manfaat

Merek sebagai atribut mempunyai dua manfaat yaitu manfaat emosional dan manfaat fungsional. Atribut “mudah didapat” dapat diterjemahkan sebagai manfaat fungsional. Atribut “mahal” dapat diterjemahkan sebagai manfaat emosional.

c. Nilai

Merek juga harus menyatakan nilai bagi produsennya. Sebagai contoh: PT. Fastfood Indonesia (KFC) dinilai sebagai restoran cepat saji yang ramah, cepat, bergengsi, dan merupakan pemimpin industri makanan cepat saji. Dengan demikian, produsen KFC juga mendapat nilai tinggi di masyarakat. Maka,

¹⁰ Suyud Margono, *Hak Milik Industri: Pengaturan dan Praktik di Indonesia*, (Bogor :Ghalia Indonesia, 2011), hal 47.

¹¹ Surachman, *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*, (Malang : Bayumedia Publishing, 2008), Hal 3.

produsen dapat mengetahui kelompok-kelompok pembeli yang mencari nilai-nilai ini.

d. Budaya

Merek mewakili budaya tertentu. Misalnya: KFC melambangkan budaya Amerika yang mandiri, efisien, dan prestige.

e. Kepribadian

Merek dapat mencerminkan kepribadian tertentu. Sebagai contoh: KFC menyiratkan mahasiswa yang efisiensi waktu atau keluarga yang senang berkumpul bersama.

f. Pemakai

Merek menunjukan jenis konsumen yang membeli atau memakai merek tersebut, maka dari itu para penjual menggunakan analogi untuk dapat memasarkan mereknya kepada konsumen. Misalnya: KFC cenderung memasarkan produknya kepada para mahasiswa dan keluarga dibandingkan kepada pengusaha.

Pengertian keenam tingkat merek tersebut menunjukan bahwa merek bukan hanya berfungsi sebagai lambang atau simbol dari sebuah produk, melainkan lebih daripada itu, dimana merek tersebut merupakan satu kesatuan dari sebuah produk dan tidak dapat dipisahkan.

Dapat disimpulkan bahwa merek diartikan sebagai tanda untuk membedakan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seseorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan barang- barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh orang

lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa¹².

2. Jenis-Jenis Merek

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur mengenai jenis jenis merek, diantaranya yaitu merek dagang, merek jasa, dan merek kolektif¹³.

- a. Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.
- b. Merek Jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.
- c. Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasan yang akan di perdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Itu merupakan jenis-jenis merek yang secara umum, namun berdasarkan tujuan produk atas merek tersebut. Jenis-jenis dari merek ini pun dapat dibedakan menjadi 3, yaitu¹⁴ :

- a. Merek Fungsional

¹² OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, hal. 345.

¹³ Pasal 1 Undang-Undang Merek Nomor 20 tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹⁴<https://www.pendaftarankolektif.com/jenis-jenis-merk/>, diakses pada tanggal 02-03-2019 pada pukul 09-35 WIB.

Merek ini disematkan pada sebuah produk tertentu yang mana nantinya untuk memberikan persepsi positif bagi anggota masyarakat atas produk yang dikonsumsinya. Jadi merek ini lebih kepada mewakili dari sebuah produk. Misalkan saja ada sebuah merek tas yang terkenal di kalangan banyak orang karena kualitas yang dimiliki. Nah, jika secara konsisten merek tersebut terus memberikan produk dengan nilai kualitas yang tinggi otomatis begitu mendengar nama merek tersebut masyarakat akan langsung mengasosiasikannya sebagai salah satu barang yang memang pantas dibeli dan berkualitas super.

b. Merek Citra

Merek ini digunakan untuk mengangkat nilai jual atas suatu produk tertentu. Produk yang dijual dengan merek yang dicitrakan dengan baik maka bisa memiliki nilai jual yang tinggi. Misalkan saja kopi bermerek terkenal yang hanya dijual di cafe atau mall harganya jauh lebih tinggi dari kopi biasa yang Anda minum di rumah.

c. Merek Eksprerensial

Merek jenis tipe ini bertujuan untuk memberikan kesan pada seorang konsumen agar nantinya bisa lebih menikmati barang yang telah dipakainya atau dikonsumsinya. Ini bisa berdasarkan contoh ada sebuah produsen batik yang sengaja membuat “batik bola” untuk nantinya bertujuan membuat para anak muda Bangsa Indonesia lebih mencintai produk lokalnya sendiri yang walaupun dipadu dengan simbol klub sepak bola luar negeri.

Merek adalah tanda pengenal asal barang dan jasa, sekaligus mempunyai fungsi menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya, maka hal itu menggambarkan jaminan kepribadian dan reputasi barang dan jasa hasil usahanya tersebut sewaktu diperdagangkan¹⁵.

3. Fungsi Merek

Berdasarkan pengertian tentang merek dapat disimpulkan bahwa fungsi merek adalah sebagai pembeda antara satu produk barang atau jasa dengan produk barang atau jasa yang dibuat oleh pihak lain. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual memaparkan fungsi merek sebagai berikut¹⁶:

- a. Sebagai tanda pengenal untuk membedakan produk perusahaan yang satu dengan yang lain (*product identity*). Fungsi ini juga menghubungkan barang atau jasa dengan produsennya sebagai jaminan reputasi hasil usahanya ketika diperdagangkan sehingga merek diberi kelas-kelas tertentu yang sejenis.
- b. Sebagai alat atau sarana promosi untuk berdagang. Promosi dilakukan melalui iklan. Merek merupakan salah satu goodwill untuk menarik konsumen, merupakan simbol pengusaha untuk memperluas pasar produk atau barang dagangannya.
- c. Sebagai penunjukan asal barang atau jasa yang dihasilkan, Merek merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa

¹⁵ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual* hal. 170.

¹⁶ Direktorat Jenderal HKI, *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual (Pertanyaan & Jawabannya)*, (Jakarta: Direktorat HKI Depkeh & HAM, 2000), hal. 42.

yang menghubungkannya dengan produsen atau daerah/negara asalnya.

- d. Sebagai jaminan atas mutu barang atau jasa . Hal ini menguntungkan pemilik merek dan juga memberikan perlindungan jaminan mutu barang atau jasa bagi konsumen.

Iur Soeryatin, mengemukakan rumusnya dengan meninjau merek dari aspek fungsinya, yaitu suatu merek dipergunakan untuk membedakan barang yang bersangkutan dari barang sejenis lainnya oleh karena itu, barang yang bersangkutan dengan diberi merek tadi mempunyai tanda asal, nama, jaminan terhadap mutunya¹⁷.

C. Indikasi Geografis

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis:

“Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang di hasilkan”¹⁸.

Masyarakat dan perusahaan sering ingin menggunakan nama geografis untuk menunjukkan asal dari barang atau jasa yang mereka tawarkan kepada masyarakat, misalkan Kopi Toraja, Bika Ambon, Kopi Jawa, Kopi Arabika Kintamani dll. Agar dapat di lindungi oleh

¹⁷ Irsalina Julia Ermin, *Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Menggunakan Kata Milik Umum*, (Makasar : Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, 2016), Hal 15.

¹⁸ Undang-Undang Merek Dan Indikasi Geografis

Undang-Undang, Indikasi Geografis harus didaftarkan terlebih dahulu di kantor Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Indonesia¹⁹.

Jika kita perhatikan, Indonesia sangat kaya akan kekayaan alam berupa hasil pertanian, barang-barang kerajinan tangan dan hasil industrinya, sangat banyak potensi indikasi geografis (IG) yang harus segera di daftarkan di kantor Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Indonesia. Seperti salah satunya adalah Kopi Arabika Kintamania Bali. Kopi Arabika Kintamania Bali adalah indikasi geografis yang pertama kali di daftarkan di indonesia pada tanggal 18 September 2007²⁰.

Pengaturan Mengenai Indikasi Geografis di Dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 dapat dikatakan hampir sempurna, dimana didalam Undang-Undang tersebut mengatur mengenai permohonan pendaftaran baik dalam mauoun luar negeri, siapa pihak yang terlibat (pemohon), mekanisme, jangka waktu perlindungan, tata cara pengajuan gugatan apabila terjadi pelanggaran, serta terdapat ketentuan baru seperti peran dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh pemerintah pusat dan/atau pemda sesuai kewenangannya²¹.

D. KONSEP MEREK DALAM TATA ATURAN

Setiap orang atau organisasi perusahaan yang ada, akan sangat peduli akan pentingnya sebuah nama dan simbol yang digunakan dalam menjalankan bisnis dan pemasaran barang dan jasa. Simbol-simbol ini

¹⁹ Hery Firmansyah, S.H., M.Hum., MPA, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, (Yogyakarta : Medpress Digital, 2013), hal 24-25.

²⁰ Hery Firmansyah, S.H., M.Hum., MPA, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, hal 26.

²¹ Tommy Hendra Purwaka, *Perlindungan Merek*, (Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), Hal 63.

akan membantu untuk menunjukkan asal barang dan/atau jasa, serta perusahaan komersial yang bergerak dalam bidang dan menyediakan barang/atau jasa. Dalam pasar, nama-nama dan simbol-simbol tersebut dikenali sebagai merek (*trademark*), nama usaha (*business name*), dan nama perusahaan (*company name*). Perbedaan ketiganya kadang-kadang membuat bingung, baik bagi pengusaha itu sendiri maupun masyarakat²².

Merek merupakan ujung tombak perdagangan barang dan jasa. Melalui merek, pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas (*a guarantee of quality*) barang dan atau/jasa yang di hasilkan dan mencegah tindakan persaingan (*konkurensi*) yang tidak jujur dari pengusaha lain yang beritikad buruk yang bermaksud memboncengi reputasinya. Merek sebagai sarana pemasaran dan periklanan memberikan suatu tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa yang di hasilkan pengusaha. Inilah yang menjadikan merek sebagai suatu keunggulan kompetitif dan keunggulan kepemilikan untuk bersaing di pasar global²³.

Merek (*trademark*) sebagai tanda dengan daya pembeda yang digunakan untuk perdagangan barang dan/atau jasa . Untuk itu merek harus memiliki elemen yaitu tanda dengan daya pembeda, tanda tersebut harus digunakan, untuk perdagangan barang dan/atau jasa²⁴.

²² Prof. Dr. Rahmi Jened, S.H., M.H, *Hukum Merek Trademark Dalam Era Global dan integrasi Ekonomi Edisi Pertama* ,(Jakarta : Prenadamedia, 2015). Hal 3.

²³ Prof. Dr. Rahmi Jened, S.H., M.H, *Hukum Merek Trademark Dalam Era Global dan integrasi Ekonomi Edisi Pertama* , Hal 4.

²⁴ Prof Dr. Rahmi Jened I, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan*, Raja Grafindo, (Jakarta : Rajawali press, 2013), hal 207.

Jadi Merek merupakan definisi hukum yang memberikan perlindungan dan upaya pemulihan jika suatu tanda perdagangan digunakan oleh pihak yang tidak memiliki kewenangan untuk itu. Jadi merek bisa lebih luas atau lebih sempit dari pada nilai suatu cap sebagai suatu ciri pembeda (*a distinctive character*) dari barang dan jasa suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain²⁵.

E. PEMAHAMAN MEREK

1. Prosedur

Prosedur berasal dari bahasa Inggris "*procedure*" yang bisa diartikan sebagai cara atau tata cara. Akan tetapi kata procedure lazim digunakan dalam kosakata Bahasa Indonesia yang dikenal dengan kata prosedur.

Menurut Ida Nuraida, Prosedur adalah urutan langkah-langkah (atau pelaksanaan-pelaksanaan pekerjaan), di mana pekerjaan tersebut dilakukan, berhubungan dengan apa yang dilakukan, bagaimana melakukannya, bilamana melakukannya, di mana melakukannya, dan siapa yang melakukannya²⁶.

Pendapat Ida Nuraida yang dikemukakan jika dipahami, bahwa prosedur adalah suatu cara, dimana pembuatan cara tersebut dipersiapkan untuk jangka waktu mendatang dan bisa jadi akan digunakan secara terus menerus jika cara tersebut dapat dipergunakan secara efektif dan efisien. Suatu cara di atas berisikan aturan atau pedoman untuk melakukan aktivitas-aktivitas pekerjaan dalam rangka untuk mencapai suatu tujuan organisasi.

²⁵ Prof. Dr. Rahmi Jened, S.H., M.H, *Hukum Merek Trademark Dalam Era Global dan integrasi Ekonomi Edisi Pertama* , Hal 6.

²⁶ Ida, Nuraida, *Manajemen administrasi Perkantoran*, (Yogyakarta: Kanisius, 2008), hal 35.

Menurut Ig. Wursanto, yang dimaksud dengan prosedur merupakan rencana, karena bersangkutan paut dengan pemilihan suatu cara bertindak dan berlaku untuk kegiatan-kegiatan di waktu yang akan datang. Prosedur-prosedur bukan hanya merupakan pedoman untuk berfikir, tetapi juga untuk bertindak dan melaksanakan cara yang tepat guna menjalankan suatu kegiatan tertentu²⁷.

Menurut A.S. Moenir, Prosedur adalah suatu rangkaian tindakan, langkah atau perbuatan yang harus dilakukan oleh seseorang untuk dapat mencapai suatu tahap tertentu dalam hubungan pencapaian tujuan akhir. Di dalam sebuah pencapaian tujuan akhir yang kita inginkan kita harus mempunyai pandangan tentang apa yang seharusnya kita lakukan, tahapan yang bagaimana yang nantinya dapat membantu kita dalam mencapai tujuan akhir²⁸.

Menurut Irra Crisyanti, pengertian dari prosedur adalah Tata cara kerja yaitu rangkaian tindakan, langkah atau perbuatan yang harus dilakukan oleh seseorang dan merupakan cara yang tetap untuk dapat mencapai tahap tertentu dalam hubungan mencapai tujuan akhir²⁹.

Dari beberapa pendapat-pendapat yang telah diuraikan di atas, maka dapat mengambil kesimpulan bahwa prosedur adalah suatu urutan langkah-langkah, dari serangkaian tahapan yang saling berhubungan satu sama lain sebagai suatu cara atau metode dalam melaksanakan ataupun menjalankan suatu aktivitas sesuai dengan aturan yang berlaku untuk mencapai tujuan akhir. Prosedur yang ada

²⁷ Wursanto I.G, *Pokok-Pokok Perencanaan*, (Yogyakarta : Kanius, 1987), Hal 19.

²⁸ A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), Hal 110.

²⁹ Irra. Crisyanti, *Pengantar Ilmu Administrasi*, (jakarta : PT Prestasi Pustakaraya, 2011), hal 43.

biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu bagian atau lebih, untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang dan prosedur juga bisa berlaku untuk kegiatan-kegiatan di waktu yang akan datang³⁰.

Prosedur yang dibuat hendaknya baik, tidak berbeli-belit dan tidak rumit agar yang berkepentingan dapat menggunakan fungsinya secara efektif dan efisien. Prosedur tersebut hendaknya telah teruji dan tidak menguras banyak tenaga, karena apabila terlalu menguras tenaga orang yang berkepentingan cenderung akan melanggar aturan dan merasa bosan dengan prosedur yang diterapkan. Prosedur yang dibuat hendaknya memiliki fleksibilitas agar pada situasi-situasi tertentu yang mendesak prosedur yang semula tidak dapat dijalankan karena suatu hal, prosedur tersebut dapat dilakukan perubahan tanpa harus menghentikan fungsi awalnya. Serta dalam pembuatan prosedur harus memperhatikan tingkat pencapaian tujuan, dengan prosedur yang baik dan tujuan yang hendak dicapai harus memiliki target serta tindakan-tindakan apa yang harus dilakukan³¹.

2. Penyelesaian Sengketa

Sengketa atau dalam bahasa inggris disebut *dispute* adalah pertentangan atau konflik yang terjadi antara individu-individu atau kelompok-kelompok yang mempunyai hubungan atau kepentingan yang sama atas objek kepemilikan, yang menimbulkan akibat hukum antara satu dengan yang lain.

³⁰ <http://dilihatya.com/1706/pengertian-prosedur-menurut-para-ahli> Di akses pada tanggal 10-03-2019 pada pukul 15-00 Wib.

³¹ <https://pengertiandefinisi.com/pengertian-prosedur-dan-aturan-aturan-yang-melekat-di-dalamnya/> Di akses pada tanggal 11-03-2019 pada pukul 09-30 Wib.

Menurut Chomzah, sengketa adalah pertentangan antara dua pihak atau lebih yang berawal dari persepsi yang berbeda tentang suatu kepentingan atau hak milik yang dapat menimbulkan akibat hukum bagi keduanya³².

Menurut Amriani, sengketa adalah suatu situasi dimana ada pihak yang merasa dirugikan oleh pihak lain, yang kemudian pihak tersebut menyampaikan ketidakpuasan ini kepada pihak kedua. Jika situasi menunjukkan perbedaan pendapat, maka terjadi lah apa yang dinamakan dengan sengketa³³.

Menurut Rahmadi, konflik atau sengketa merupakan situasi dan kondisi di mana orang-orang saling mengalami perselisihan yang bersifat faktual maupun perselisihan-perselisihan yang ada pada persepsi mereka saja³⁴.

Sengketa biasanya bermula dari suatu situasi dimana ada pihak yang merasa dirugikan oleh pihak lain. Perasaan tidak puas akan muncul kepermukaan apabila terjadi (*conflict of interest*). Pihak yang merasa dirugikan akan menyampaikan ketidakpuasannya kepada pihak kedua, apabila pihak kedua dapat menanggapi dan memuaskan pihak pertama, selesailah konflik tersebut, sebaliknya jika reaksi pihak kedua menunjukkan perbedaan pendapat atau memiliki nilai-nilai yang berbeda, akan terjadilah apa yang dinamakan sengketa.

sengketa adalah masalah antara dua orang atau lebih dimana keduanya saling mempermasalahkan suatu objek tertentu, hal ini terjadi

³² Ali Ahmad, Chomzah, *Hukum Pertanahan (Penyelesaian Sengketa Hak Atas Tanah)*, (Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher, 2003), hal 14.

³³ Nurnaningsih, Amriani, *Mediasi Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata Di Pengadilan*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2012), Hal 12.

³⁴ Rahmadi, Takdir, *Mediasi Penyelesaian Sengketa Melalui Pendekatan Mufakat*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2010), Hal 11.

dikarenakan kesalahpahaman atau perbedaan pendapat atau persepsi antara keduanya yang kemudian menimbulkan akibat hukum bagi keduanya. Jelas kita ketahui bahwa suatu sengketa tentu subjeknya tidak hanya satu, namun lebih dari satu, entah itu antar individu, kelompok, organisasi bahkan lembaga besar sekalipun. Objek dari suatu sengketa sendiri cukup beragam. Misalnya saja rumah, hak milik rumah atau tanah, tanah, uang, warisan, bahkan bisa objek ini adalah hak asuh anak. Kenapa bisa terjadi demikian Tentu karena adanya kesalahpahaman, atau bahkan karena adanya unsur ingin memiliki meski pihak tersebut mengetahui kalau itu bukan miliknya. Hal inilah yang paling sering kita temui dimana menjadi penyebab suatu konflik. Semoga kita sadar dan peka untuk melihat kebenaran dan kita bisa melangkah ke jalan kebenaran, karena hidup ini akan indah dengan jalan kebenaran³⁵.

Penyelesaian sengketa secara formal berkembang menjadi proses yang terdiri atas pengadilan/litigasi dan arbitrase/perwasitan, serta proses penyelesaian-penyelesaian konflik secara informal yang berbasis pada kesepakatan pihak-pihak yang bersengketa melalui negosiasi dan mediasi.

3. Sengketa Dalam Hukum Ekonomi Syariah

Kata hukum yang dikenal dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Arab hukum yang berarti putusan (*Judgement*) atau Ketetapan (*Provision*). Dalam *Ensiklopedia* Hukum Islam, Hukum berarti menetapkan sesuatu atas sesuatu atau meniadakannya. Sebagaimana telah di jelaskan , bahwa kajian ilmu ekonomi islam terikat dengan nilai-nilai

³⁵

<http://yuarta.blogspot.com/2011/03/definisi-sengketa.html>
Diakses pada tanggal 13-03-2019 pada pukul 16-20 Wib.

islam, atau dalam istilah sehari-hari terikat dengan ketentuan halal-haram, sementara persoalan ini merupakan salah satu lingkup kajian hukum, maka hal tersebut menunjukkan keterkaitan yang erat antara Hukum, Ekonomi, Syariah³⁶.

Ekonomi Syariah adalah usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh orang perorangan, kelompok orang, badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip syariah³⁷.

Ekonomi syariah mencakup bidang ekonomi yang cukup luas sebagaimana juga yang dibicarakan dalam ekonomi modern. Ekonomi syariah tidak hanya membahas tentang aspek perilaku manusia yang berhubungan dengan cara mendapatkan uang dan membelanjakannya, tetapi juga membahas segala aspek ekonomi yang membawa kesejahteraan umat³⁸.

Hukum dan Ekonomi dua hal yang tidak boleh dipisahkan, sebab dua hal ini saling melengkapi seperti dua sisi mata uang. Hukum Ekonomi merupakan kajian tentang hukum yang berkaitan dengan ekonomi secara Interdisipliner dan Multidimensional. Menurut Rachmat Soemitro, Hukum ekonomi adalah keseluruhan norma-norma yang dibuat oleh pemerintah atau penguasa sebagai atau personifikasi dari masyarakat yang mengatur kehidupan ekonomi dimana kepentingan individu dan masyarakat saling berhadapan.

³⁶ HA. Hafizh Dasuki, *Eksiklopedia Hukum Islam*, (Jakarta: PT Ichtiar Baru Van Hoeve, 1997), Hal 571.

³⁷ Pasal 1, Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Ekonomi Syariah.

³⁸ Thohir Abdul Muhsin Sulaiman, *Menanggulangi Krisis Secara Islam*, (Bandung : Al Ma'arif, 1985), Hal 30.

Dalam norma-norma ini pemerintah mencoba memasukkan ketentuan-ketentuan yang lebih ditekankan kepada kepentingan masyarakat, bahkan apabila perlu membatasi kepentingan dan hak-hak individu. Dengan demikian letak Hukum Ekonomi, sebagian ada dalam hukum perdata dan sebagian lagi ada dalam hukum publik, dimana keseimbangan kepentingan individu dan masyarakat dijaga untuk mencapai kemakmuran bersama dalam kehidupan berbangsa dan negara³⁹.

Para ulama bersepakat bahwa sumber hukum dalam Islam adalah Al-Qur'an, As-Sunnah, Ijma, Dan Qiyas. Al-Qur'an merupakan wahyu Allah SWT yang diturunkan melalui Rasulullah SAW yang disampaikan kepada umat manusia untuk menentukan kehidupan di dunia. As-Sunnah secara Harfiah berarti cara, adat istiadat, kebiasaan hidup yang mengacu kepada perilaku Nabi SAW yang dijadikan teladan, baik dalam bentuk ucapan, perbuatan, maupun pengakuan dan sifat Nabi. Ijma menurut istilah ahli Ushul Fiqh adalah kesepakatan para Imam Mujtahid di antara umat Islam pada suatu masa setelah Rasulullah SAW wafat, terhadap hukum Syara' tentang suatu masalah⁴⁰.

Menurut beberapa ahli, Masyarakat muslim adalah masyarakat yang dibentuk oleh syariat Islam yang kekal, yang diturunkan oleh Allah SWT dengan sempurna sejak hari pertama⁴¹:

... الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا ...

³⁹ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Kencana, 2012), Hal 6.

⁴⁰ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta: Erlangga, 2017), Hal 23.

⁴¹ Al-Hasim, *Hakekat Masyarakat Muslim*, (Bandung: Rajawali Pers, 2009), Hal 3.

“pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu Jadi agama bagimu” (Q.S Al-Maidah ayat 3)⁴².

Kehadiran Hukum Ekonomi Islam/Syariah dalam tata hukum indonesia, sesungguhnya tidak lagi hanya sekedar karena tuntutan sejarah dan kependudukan (karena mayoritas beragama islam) seperti anggapan sebagai orang/pihak, akan tetapi, lebih jauh dari itu juga disebabkan kebutuhan masyarakat luas setelah di ketahui dan dirasakan benar betapa adil dan meratanya sistem ekonomi syariah dalam mengawal kesejahteraan rakyat yang di cita-citakan oleh bangsa dan Negara Kesatuan Republik Indonesi⁴³.

Dalam berbagai ayat, sejak awal Allah SWT tidak hanya menyuruh kita shalat dan puasa saja tetapi juga bermuamalah secara halal (syariah) proses memenuhi kebutuhan hidup inilah yang menghasilkan kegiatan ekonomi tidak terkecuali dalam masyarakat Islam yang kehidupannya dituntun sesuai ajaran Nya walaupun kita lihat perkembangan ekonomi islam masih dalam tahap pengembangan⁴⁴.

Namun dalam interaksinya terhadap perekonomian islam khususnya lembaga keuangan syariah dalam kegiatan usaha tentunya tidak selalu berjalan mulus seperti yang diinginkan oleh pelaku usaha. Walaupun telah diatur oleh Undang-Undang, telah diadakan perjanjian antara pelaku usaha yang telah disepakati. Meskipun pada awalnya tidak

⁴² Al Quran dan Terjemah

⁴³ Abdul Halim, *Peradilan Agama Dalam Politik Hukum di Indonesia dari Konservatif Menuju Konfigurasi Demokrasi-Responsif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), Hal 45.

⁴⁴Insan Budi Maulana, *Pelindungan Merek Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa* (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 1999), Hal 27.

ada iktikad untuk melakukan penyimpangan dari kesepakatan, pada tahap berikutnya ada saja terjadinya penyimpangan. Apabila terjadi adanya penyimpangan dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi syariah, maka ini menjadi sebuah sengketa ekonomi syariah⁴⁵.

Kebanyakan dari sebab-sebab terjadinya sengketa Hukum ekonomi syariah adalah karena adanya ketidakserasian antara pribadi-pribadi atau kelompok-kelompok yang mengadakan hubungan yang disebabkan ada hak yang terganggu atau terlanggar. Timbulnya sengketa berawal dari situasi dan kondisi yang menjadikan pihak yang satu merasa dirugikan oleh pihak lain.

وَإِنْ طَائِفَتَانِ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ اقْتَتَلُوا فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا فَإِنْ بَغَتِ إِحْدَاهُمَا عَلَى الْأُخْرَى فَقَاتِلُوا الَّتِي تَبَغَىٰ حَتَّىٰ تَفِيءَ إِلَىٰ أَمْرِ اللَّهِ فَإِنَّ فَاءَ تِ فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا بِالْعَدْلِ وَأَقْسِطُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ ﴿٩﴾

“Dan kalau ada dua golongan dari mereka yang beriman itu berperang hendaklah kamu damaikan antara keduanya! tapi kalau yang satu melanggar Perjanjian terhadap yang lain, hendaklah yang melanggar Perjanjian itu kamu perangi sampai surut kembali pada perintah Allah. kalau Dia telah surut, damaikanlah antara keduanya menurut keadilan, dan hendaklah kamu Berlaku adil; Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang Berlaku adil.” (Q.S Al Hujurat ayat 9)⁴⁶.

Terjadinya sengketa ini pada umumnya karena adanya penipuan atau ingkar janji oleh pihak-pihak atau salah satu pihak tidak melakukan apa yang dijanjikan/disepakati untuk dilakukan. Pihak-pihak atau salah

⁴⁵ Insan Budi Maulana, *Pelindungan Merek Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa*, Hal 29.

⁴⁶ Al Quran dan Terjemah.

satu pihak telah melaksanakan apa yang disepakati akan tetapi tidak sama persis sebagaimana yang dijanjikan. Sehingga tindakan-tindakan tersebut menimbulkan salah satu pihak merasa dirugikan.