

4



**LAPORAN PENELITIAN
TAHUN ANGGARAN 2009/2010**

**POTENSI DAN PERLINDUNGAN
HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DI PERUM PEGADAIAN**

Peneliti:

Prof. Dr. Rahmi Jened, S.H., M.H.
Prof. Dr. Muchammad Zaidun, S.H., M.Si.
Prof. Dr. Eman Ramelan, S.H., M.S.
Prof. Dr. Didik Endro Purwoleksono, S.H., M.H.

$$\frac{40\% \times 2}{3}$$

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Dibiayai dengan Dana Perum Pegadaian berdasarkan
Perjanjian Kerjasama antara Perum Pegadaian
SK Nomor: 715/SP3.00233/2009 dan
Fakultas Hukum Universitas Airlangga
SK Nomor: 2633/H.3.1.3/2009 tanggal 22 Juni 2009

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian	POTENSI DAN PERLINDUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DI PERUSAHAAN UMUM (PERUM) PEGADAIAN
Lokasi Kegiatan	Surabaya, Jakarta, Garut, Tasikmalaya
Waktu Penelitian	12 (dua belas bulan) dimulai sejak bulan Januari 2010 sampai dengan bulan Januari 2011
Pelaksana Penelitian	
A. Ketua Peneliti Nama Nama Lemb./Insti. Alamat Unit Organisasi Telp/Fax/ HP/Email	Prof. Dr. Rahmi Jened, S.H., M.H. Fakultas Hukum Universitas Airlangga Jalan Dharmawangsa Dalam Selatan, Surabaya (031)5023151 Ext.118/ (031)5020454/ 08175176027/ jenedjened@yahoo.com
B. Anggota Peneliti I Nama Nama Lemb./Insti. Alamat Unit Organisasi Telp/Fax/ HP/Email	Prof. Dr. Muchammad Zaidun, S.H., M.Si. Fakultas Hukum Universitas Airlangga Jalan Dharmawangsa Dalam Selatan, Surabaya (031)5023151 Ext.101/ (031)5020454/ 0811337863/ dekan_fh@unair.ac.id
C. Anggota Peneliti II Nama Nama Lemb./Insti. Alamat Unit Organisasi Telp/Fax/ HP/Email	Prof. Dr. Eman Ramelan, S.H., M.S. Fakultas Hukum Universitas Airlangga Jalan Dharmawangsa Dalam Selatan, Surabaya (031)5023151 Ext.102/ (031)5020454/ 0811349138/ eman_ramelan@yahoo.com

D. Anggota Peneliti III	
Nama	Prof. Dr. Didik Endro Purwoleksono, S.H., M.H.
Nama Lemb./Insti.	Fakultas Hukum Universitas Airlangga
Alamat Unit	
Organisasi	Jalan Dharmawangsa Dalam Selatan, Surabaya
Telp/Fax/	(031)5023151 Ext.103/ (031)5020454/
HP/Email	<u>didik.end.o@fh.unair.ac.id</u>
Sumber Biaya	Perum Pegadaian berdasarkan Perjanjian Kerjasama antara Perum Pegadaian, SK Nomor: 715/SP3.00233/2009 dan Fakultas Hukum Universitas Airlangga, SK Nomor: 2633/H.3.1.3/2009 tanggal 22 Juni 2009

Surabaya, 10 Januari 2011

Mengesahkan :



Muchammad Zaidun
(Prof. Dr. Muchammad Zaidun, S.H., MSi)
NIP. 130 517 145

Ketua Peneliti,

Rahmi Jened
(Prof. Dr. Rahmi Jened, S.H., MH)
NIP. 131 923 881

Mengetahui :

Perum Pegadaian



Guladi Aksiono
Guladi Aksiono
Manajer Hukum

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena peneliti telah dapat menyelesaikan Laporan Penelitian hasil kerjasama Fakultas Hukum Universitas Airlangga dengan Perusahaan Umum Pegadaian yang berjudul, "Potensi dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Bagi Perum Pegadaian". Penelitian ini merupakan salah satu program tindak lanjut MOU dan MOU antara kedua institusi tersebut.

Ucapan terima kasih, peneliti sampaikan kepada Rektor Universitas Airlangga, Dekan Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Airlangga, yang telah memberikan kesempatan yang sangat berharga bagi peneliti untuk dapat mengadakan penelitian ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Dewan Direktur Perum Pegadaian yang telah memberikan dana penelitian berdasarkan Perjanjian Kerjasama antara Perum Pegadaian SK Perum Pegadaian Nomor:715/SP3.00233/2009 dengan Fakultas Hukum Universitas Airlangga SK Nomor: 2633/H.3.1.3/2009 tanggal 22 Juni 2009.

Saat ini, belum ada perlindungan HKI yang memadai bagi Perum Pegadaian. Padahal, perlindungan tersebut sangat dibutuhkan, mengingat makin meningkatnya aktivitas Perum Pegadaian yang memiliki *core business* pembiayaan bagi masyarakat menengah ke bawah dan semakin meningkatnya daya saing Perum Pegadaian di kalangan perusahaan pembiayaan yang ada, seperti perbankan dan koperasi. Perlindungan HKI akan memberikan kepastian

perlindungan atas eksistensi kreasi intelektual Perum Pegadaian yang dibangun dengan investasi waktu, energi, dan biaya yang tidak sedikit. Perlindungan HKI juga akan memberikan *revenue* yang berfungsi *income generating* karena HKI tidak hanya semata-mata merupakan suatu *property rights* tetapi juga merupakan aset yang sangat penting dan seiring berkembangnya jaman akan menjadi semakin penting bagi keberhasilan bisnis dan keunggulan kompetitif (*crucial to business success and competitive advantage*), dalam persaingan di pasar nasional, bahkan global.

Akhir kata, penelitian ini mungkin masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, kritik yang membangun dan saran berbagai pihak bagi tim peneliti sangat diharapkan guna menyempurnakan penelitian ini, serta sebagai bahan tinjauan agar tim peneliti dapat memberikan hasil yang lebih baik dalam penelitian-penelitian di masa yang akan datang.

Surabaya, Januari 2011

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Rumusan Masalah	5
3. Tujuan Penelitian	5
4. Manfaat Penelitian	6
BAB II METODE PENELITIAN	7
1. Pendekatan Penelitian	7
2. Bahan Hukum	7
3. Pengumpulan Bahan Hukum	8
4. Analisis Bahan Hukum	9
5. Jadwal Penelitian	9
6. Luaran Penelitian	12
BAB III PEMBAHASAN	13
1. Kreasi Intelektual Dalam Aktivitas Dan Produk Perum Pegadaian Yang Memiliki Potensi HKI	13
2. Strategi Perolehan Hak dan Perlindungan HKI Perum Pegadaian .	39
3. Strategi penyadaran HKI sebagai Asset Tidak Berwujud dari Perum Pegadaian	98

BAB IV PENUTUP.....	105
1. Simpulan	105
2. Saran	106

DAFTAR BACAAN

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Sejarah Pegadaian dimulai pada abad XVIII ketika *Vereenigde Oost Indische Compagnie (VOC)*, suatu maskapai perdagangan dari Belanda datang ke Indonesia dengan tujuan berdagang. Dalam rangka memperlancar kegiatan perekonomiannya, *VOC* mendirikan *Bank van Leening* yaitu lembaga kredit yang memberikan kredit dengan sistem gadai. *Bank van Leening* didirikan pertama kali di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746 berdasarkan Keputusan *Gubernur Jenderal Van Imhoff*.¹ Pada tahun 1800 setelah *VOC* dibubarkan, Indonesia berada di bawah kekuasaan Belanda. Pemerintah Belanda melalui *Gubernur Jenderal Deandles* mengeluarkan peraturan yang merinci jenis barang yang dapat digadaikan seperti emas, perak, kain, dan sebagian perabot rumah tangga, yang dapat disimpan dalam waktu yang relatif singkat. Ketika Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda (1811 – 1816), *Gubernur Jenderal Thomas Stamford Raffles* (1811) memutuskan untuk membubarkan *Bank van Leening* dan mengeluarkan peraturan yang menyatakan bahwa setiap orang boleh mendirikan usaha pegadaian dengan ijin (*licentie*) dari pemerintah daerah setempat. Dan dari lisensi tersebut, pemerintah memperoleh tambahan penghasilan.²

¹ Perum Pegadaian, *Laporan Tahunan (Annual Report) 2008*, Jakarta, 2008 (selanjutnya disebut Perum Pegadaian I) h. 17.

² *Ibid.*

Ketika Belanda kembali berkuasa di Indonesia (1816), Pemerintah Belanda melihat bahwa pegadaian yang didirikan pada masa kekuasaan Inggris banyak merugikan masyarakat. Pemegang hak banyak yang melakukan penyelewengan, mengeruk keuntungan untuk diri sendiri dengan menetapkan bunga pinjaman secara sewenang-wenang. Berdasarkan penelitian oleh lembaga penelitian yang dipimpin oleh *Wolf van Westerrode* pada tahun 1900, disarankan agar sebaiknya kegiatan pegadaian ditangani sendiri oleh pemerintah, sehingga dapat memberikan perlindungan dan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat peminjam.³ Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pemerintah mengeluarkan *Staatsblaad No. 131* tanggal 12 Maret 1901 yang pada prinsipnya mengatur bahwa pendirian pegadaian merupakan monopoli Negara dan karena itu hanya dapat dijalankan oleh pemerintah. Berdasarkan *Staatsblaad* tersebut, maka didirikan *Pandhuizen* (Rumah Gadai) Negara, yang pertama kali didirikan di kota Sukabumi (Jawa Barat) pada tanggal 1 April 1901 yang selanjutnya diperingati sebagai hari Ulang Tahun Pegadaian.⁴

Di dalam '*Indische Bedrijvenwent*' (Pasal 2), *Pandhuizen* (Rumah Gadai) tersebut berubah nama menjadi Pegadaian dengan status Perusahaan Negara. Kemudian Pegadaian sebagai Perusahaan Negara⁵ mengalami beberapa kali perubahan status perusahaan yang terjadi pada masa pemerintahan Republik Indonesia sebagai berikut:⁶

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*, h. 18.

⁵ *ibid.*

⁶ *Ibid.* bisa juga dilihat pada Perum Pegadaian, *Company Profile*, Jakarta, 2009 (selanjutnya disebut PerumPegadaian II), 18.

- a. Perusahaan Negara Pegadaian (PN. Pegadaian) berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 178 tahun 1961 (selanjutnya disingkat PP No. 178/1961) tanggal 1 Januari 1961, yang konsekuensinya mengambil alih seluruh kekayaan, hak dan kewajiban serta Rumah Gadai;
- b. Perusahaan Jawatan Pegadaian (Perjan Pegadaian) berdasarkan PP No. 7/1969, yang mengambil alih seluruh hak dan kewajiban, harta kekayaan serta perlengkapan termasuk pegawai PN Pegadaian.
- c. Perusahaan Umum Pegadaian (Perum Pegadaian) berdasarkan PP No.10 /1990 yang mengambil alih seluruh hak dan kewajiban, harta kekayaan serta pegawai Perusahaan Perjan Pegadaian. Selanjutnya PP No. 10/1990 dirubah dengan PP No. 103/2000 yang bertujuan untuk memperluas jenis usahanya mencakup kegiatan menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai, penyaluran uang pinjaman berdasarkan jaminan fidusia, pelayanan jasa titipan, pelayanan jasa sertifikasi logam mulia dan batu adi, unit toko emas, dan industri perhiasan emas serta usaha-usaha lainnya(Pasal 8 PP No 103 Tahun 2000).

Dengan berubahnya status badan hukum menjadi Perusahaan Umum, Manajemen Pegadaian mulai berbenah diri, salah satunya merubah citra dengan pemakaian logo baru yang semula memakai logo Departemen Keuangan, menjadi logo “Pohon rindang warna hijau TC-435 dan timbangan warna hitam” disertai tulisan “Pegadaian” bercetak tebal berbentuk miring dengan warna hitam.⁷ Logo

⁷ *Ibid.*

tersebut sampai saat ini dipertahankan karena nama Pegadaian sudah menjadi *brand-image* dimata masyarakat Indonesia.

Perum Pegadaian adalah perusahaan Negara yang memiliki *core business* sebagai perusahaan rumah gadai yang sekaligus berperan sebagai aktor pembangunan ekonomi dengan slogan “Mengatasi masalah tanpa masalah”. Sasaran Perum Pegadaian adalah pengusaha mikro dan kecil karena terbukti bahwa mereka inilah yang dapat bertahan menghadapi krisis global yang melanda pada tahun 1997 lalu, melalui berbagai fasilitas pendanaan yang cepat dan aman, yang disediakan oleh Pegadaian. Ekspansi pasar juga gencar dilakukan dengan membuka sebanyak mungkin *outlet* di mana masyarakat akan lebih mudah untuk mengaksesnya.

Dalam aktivitasnya Perum Pegadaian menghadapi iklim persaingan yang ketat dari para pesaingnya. Tak jarang para pesaing menggunakan segala cara untuk dapat menarik manfaat dari keunggulan Perum Pegadaian, misalnya, dengan memakai logo dan merek “Pegadaian” seperti kasus yang pernah terjadi dengan “Bank Mega Syariah” (*websitenya: <http://www.megasyariah.co.id/>*)⁸ dan “Koperasi Pegadaian”.⁹ Selain itu dalam beberapa kasus, ternyata perusahaan kompetitor mempekerjakan mantan Direktur Utama dan Pejabat Perum Pegadaian, padahal mereka tentunya memiliki pengetahuan yang seharusnya

⁸ Rahmi Jened, Pendapat Hukum (legal opinion) atas kasus yang dihadapi Perum Pegadaian dengan Mega Bank dengan situs websitenya (*<http://www.megasyariah.co.id/>*). yang diberikan berdasarkan Surat Permintaan Sekretaris Perusahaan Perum Pegadaian No. 849/SP.300233/2008 tanggal 21 Oktober 2008 (selanjutnya disebut Rahmi Jened I). Peneliti selanjutnya merekomendasi pendaftaran Kata Pegadaian (tanpa logo) dan Kata Pegadaian Syariah (tanpa logo).

⁹Rahmi Jened, Legal Opinion, Surabaya Februari 2010 berdasarkan Surat permintaan dari Z & P. No. 13/AP3/ZNP/PGD/II/10 tanggal 1 Februari 2010 tentang Permintaan Pendapat Hukum Keterangan Ahli terkait dengan Perkara di Pengadilan Negeri/ Pengadilan Niaaga Makasar (selanjutnya disebut Rahmi Jened II).

menjadi informasi yang dirahasiakan bagi Perum Pegadaian.¹⁰ Dalam kaitan ini sesungguhnya potensi Hak Kekayaan Intelektual –HKI (*Intellectual Property Rights- IPR*) di Perum Pegadaian belum digali dan diberdayakan secara maksimal. Padahal HKI sebagai rezim kepemilikan merupakan *intangible asset* bagi perusahaan. HKI jika dikelola secara profesional akan berfungsi sebagai *income generating* bagi perusahaan. HKI dapat menjadi keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), bahkan keunggulan kepemilikan (*the ownership advantage*).

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Apa kreasi intelektual dalam aktivitas dan produk Perum Pegadaian yang memiliki potensi HKI ?
2. Apa strategi perolehan hak dan perlindungan HKI bagi Perum Pegadaian?
3. Apa Strategi penyadaran HKI sebagai Asset tidak Berwujud (*Intangible Asset*) dari Perum Pegadaian?

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi HKI di Perum Pegadaian. Setelah diketahui potensi HKI dari kreasi intelektual yang timbul dari

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Eddy Prawara, SE, MBA, Sekretaris Perusahaan Perum Pegadaian, Jakarta, 03 Februari 2010.

aktivitas dan produk yang dihasilkan Perum Pegadaian, maka akan dilakukan pemetaan berikut strategi perlindungan kreasi intelektual tersebut. Tahap selanjutnya adalah upaya peningkatan kesadaran hukum akan pentingnya HKI sebagai asset tidak berwujud (*intangible asset*) dari Perum Pegadaian.

4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat bagi kedua institusi, yakni Fakultas Hukum Universitas Airlangga dan Perum Pegadaian. Bagi Fakultas Hukum Universitas Airlangga penelitian ini sebagai pengembangan keilmuan, khususnya Hak Kekayaan Intelektual dan sebagai karya nyata penerapan keilmuaan bagi dukungan masyarakat, khususnya Perum Pegadaian sebagai salah satu institusi atau wadah usaha yang terdapat di masyarakat. Selain itu penelitian ini, sebagai salah satu upaya institusi Fakultas Hukum dalam rangka peningkatan kualitas penyelenggaraan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan, termasuk kepentingan *stake holders* dan sekaligus sebagai aktivitas keberlanjutan dari *MOU* yang telah ditandatangani antara Fakultas Hukum Universitas Airlangga dan Perum Pegadaian. Rekomendasi, sebagai hasil penelitian akan menjadi *action plan* dan program kegiatan selanjutnya bagi Perum Pegadaian.

Manfaat dari penelitian ini bagi Perum Pegadaian adalah kemampuan untuk dapat melakukan pemetaan potensi HKI dan strategi perlindungan HKI secara komprehensif. Selain itu, hasil penelitian ini akan menjadi sumber referensi upaya peningkatan asset kapabilitas sumberdaya manusia di lingkungan Perum Pegadaian yang nantinya diharapkan akan dapat meningkatkan kesadaran pentingnya perlindungan HKI sebagai keunggulan kepemilikan (*the ownership advantages*), sebagai kekayaan (*property*) yang secara akumulasi merupakan *intangible asset* perusahaan.

BAB II

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian hukum yang mengkaji dan menganalisis isu hukum : "Potensi dan Perlindungan HKI pada Perum Pegadaian". Penelitian hukum yang dilakukan berbasis pada Ilmu Hukum yang mempunyai karakteristik sebagai ilmu yang bersifat preskriptif dan terapan.¹¹ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan undang-undang (*statute approach*), pendekatan konsep (*conceptual approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*).¹² Pendekatan undang-undang terkait dengan penelaahan undang-undang yang mengatur HKI yang terkait dengan isu hukum yang diteliti. Pendekatan konseptual beranjak dari pandangan dan doktrin yang berkembang di bidang HKI dan Hukum Perusahaan guna membangun argumentasi hukum untuk memecahkan isu yang dihadapi.¹³ Pandangan yang akan diteliti, di antaranya, aspek HKI sebagai hak milik, perolehan hak, persyaratan substansial kreasi intelektual yang dapat dilindungi HKI.

2. Bahan Hukum

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer bersifat otoritatif yaitu

¹¹ Peter Mahmud Mz, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2005, h. 22.

¹² *Ibid.*, h. 94-95.

¹³ *Ibid.*, h. 202.

UU yang mengatur HKI dan UU yang mengatur Perum Pegadaian sebagai suatu perusahaan. UU yang mengatur HKI meliputi: No. 19/2002 Tentang Hak Cipta, UU No. 14/2001 Tentang Paten, UU No. 15/2001 Tentang Merek, UU No. 29/2000 Tentang Perlindungan Varitas Tanaman, UU No. 30/2000 Tentang Rahasia Dagang dan UU No. 31/2000 Tentang Desain Industri. Sedangkan UU yang mengatur Perum Pegadaian meliputi: UU No. 19/2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN), PP No. 10/1990 juncto PP No. 103/2000 Tentang Perum Pegadaian.

Bahan hukum sekunder meliputi semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen resmi, meliputi: buku teks, kamus hukum, jurnal hukum, pendapat hukum dan komentar atas putusan pengadilan yang terkait dengan HKI, pembiayaan dengan sistem gadai dan fidusia, serta hukum perusahaan. Selain itu sebagai tambahan informasi digunakan bahan non hukum yang diperoleh dari wawancara dengan beberapa pihak terkait.¹⁴

3. Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum primer dilakukan dengan cara mencari, mengumpulkan dan melakukan penelusuran berbagai UU dan peraturan yang terkait dengan isu hukum yang diteliti. Demikian halnya dengan bahan hukum primer dilakukan dengan cara melakukan penelusuran berbagai bahan hukum primer untuk menjawab isu hukum yang dihadapi.

¹⁴Para pihak yang terkait, misalnya dari pejabat Perum Pegadaian pada Perum Pegadaian di kota Surabaya, Jakarta dan beberapa kota di kabupaten Jawa Barat yang secara representatif mewakili aktivitas usaha dan produk Perum Pegadaian secara khusus. Kota Surabaya dipilih karena mewakili pelbagai produk Perum Pegadaian yang utamanya berupa jasa gadai. Kota Jakarta dipilih sebagai kota yang intensitas transaksi produk emas dan gadai saham yang sangat tinggi. Sedangkan beberapa kota di Jawa Barat dipilih terkait dengan produk Perum Pegadaian berupa gadai gabah.

Pengumpulan dan penelusuran dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan teknik *snowball system* yakni dari satu sumber referensi beranjak ke referensi berikutnya. Selain itu studi kepustakaan dilakukan proses inventarisasi dan kategorisasi dengan sistem kartu catatan (*card system*), baik dengan kartu ikhtisar (memuat ringkasan tulisan sesuai aslinya, secara garis besar dan pokok karangan yang memuat pendapat asli penulis); kartu kutipan (digunakan untuk mencatat pokok permasalahan) serta kartu ulasan (berisi analisis dan catatan khusus peneliti).

4. Analisis Bahan Hukum

Dari bahan hukum primer akan dicari dasar *ontologis* dan *ratio legis*¹⁵ dari ketentuan yang tertuang dalam undang-undang yang didukung oleh doktrin yang berkembang dan pendapat para ahli hukum yang merupakan bahan hukum sekunder. Akhirnya atas analisis bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder tersebut, ditarik suatu kesimpulan berupa argumentasi hukum terkait dengan isu hukum yang dihadapi. Argumentasi tersebut berupa preskripsi tentang apa yang harus diterapkan oleh Perum Pegadaian terkait dengan potensi dan perlindungan HKI pada perusahaannya.

5. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam waktu 6 (enam) bulan yang meliputi tahapan :

¹⁵ *Ibid.*, h. 202-207.

NO.	JUDUL KEGIATAN	KEGIATAN	KETERANGAN	WAKTU
1.	Persiapan Lapangan	<ul style="list-style-type: none"> - Mengurus perizinan; - Menunggu penerbitan SK dan orientasi medan; - Melakukan konsolidasi dan pematapan tim; 	Tim Peneliti	Bulan ke-1
2.	Pengumpulan Bahan Hukum Primer dan Bahan Hukum Sekunder serta Bahan non Hukum	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan inventarisasi dan identifikasi berbagai peraturan yang terkait dengan HKI dan isu hukum yang dihadapi; - Melakukan inventarisasi dan identifikasi pendapat ahli dari bukuteks, kamus hukum, jurnal hukum, pendapat hukum dan komentar atas putusan pengadilan yang terkait dengan HKI dan terkait dengan isu hukum yang dihadapi; - Melakukan inventarisasi produk Perum Pegadaian - Membuat pedoman wawancara dengan Staf Perum Pegadaian dan Nasabah di wilayah Surabaya, Jakarta dan beberapa kota di Jawa Barat; Melakukan wawancara dengan pihak perumus kebijakan dari Ditjen HKI Bapak Anshori Sinungan, S.H.,LL.M (yang pada waktu itu selaku Direktur Hak Cipta, Desain Industri, DTLST dan Rahasia Dagang yang sekarang telah menjadi Direktur Kerjasama Ditjen HKI Departemen Hukum dan H.A.M. RI) dan pejabat Direksi Perum Pegadaian; 	Ketua dan 1 orang anggota peneliti	Bulan ke-2 dan 3

3.	Pengoiahan dan analisis	<p>Mengkaji dan menganalisis dasar <i>ontologis</i> dan <i>ratio legis</i>¹⁵ dari ketentuan yang tertuang dalam undang-undang yang didukung oleh doktrin yang berkembang dan pendapat para ahli hukum yang merupakan bahan hukum sekunder.</p> <p>Memberikan argumentasi hukum yang berupa preskripsi tentang apa yang harus diterapkan oleh Perum Pegadaian terkait dengan potensi dan perlindungan HKI pada perusahaannya.</p>	Tim Peneliti	Bulan ke- 4 dan 5
4.	Laporan	<ul style="list-style-type: none"> - Pembuatan draft laporan kemajuan penelitian; - Diskusi laporan; - Finalisasi Laporan Penelitian; - Revisi dan pemenuhan kelengkapan Laporan Penelitian; 		Bulan ke-6

¹⁵ *Ibid.*, h. 202-207.

6. Luaran Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa luaran penelitian sebagai berikut:

NO.	LUARAN/CAPAIAN	PERKIRAAN WAKTU	KETERANGAN
1.	Pengembangan ilmu dan mata kuliah dan buku ajar	A. Hak Kekayaan Intelektual (S1); B. <i>Current Issues on Intellectual Property Rights and Technology Transfer</i> (S2).	Sudah terlaksana
2.	Tindak lanjut dan wujud <i>action plan</i> dari beberapa seminar dan pelatihan	Legal Opinion terkait dengan kasus-kasus Perum Pegadaian;	Sudah terlaksana
3.	<i>Academic draft</i>	Rancangan Peraturan Perusahaan Perum Pegadaian	Belum terlaksana
4.	Pendampingan perolehan HKI	Surat Pendaftaran Ciptaan, Perolehan (Sertifikat) Paten, Hak Varitas Tanaman, Hak Merek, Hak Desain Industri, dan Upaya Perlindungan Rahasia Dagang	Belum terlaksana
5.	Pemetaan HKI (<i>IPR Mapping</i>) Perum Pegadaian	Laporan Hasil Penelitian dan Seminar	Belum terlaksana
6.	Pelatihan Internal	HKI	Belum terlaksana
7.	Artikel	Majalah Perum Pegadaian	Belum terlaksana
8.	Penelitian Lanjutan	<i>Strategy Membangun Brand Image</i> melalui IPR	Belum terlaksana

BAB III

PEMBAHASAN

1. Kreasi Intelektual Dalam Aktivitas Dan Produk Perum Pegadaian Yang Memiliki Potensi HKI

Staatsblaad No. 131/1901 tanggal 12 Maret 1901 mengatur bahwa pendirian pegadaian merupakan monopoli pemerintah. Berdasarkan *staatblaad* ini, maka didirikan Pegadaian Negara yang disebut *Pandhuizen* (rumah gadai) yang pertama di kota sukabumi (Jawa Barat) pada tanggal 1 April 1901. Sejak awal kemerdekaan, Pegadaian dikelola oleh Pemerintah dan sudah beberapa kali berubah status, yaitu sebagai Perusahaan Negara (PN) berdasarkan PP No. 19/1961 sejak Januari 1961, kemudian berdasarkan PP No. 7/1969 menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN).¹⁶ Selanjutnya berdasarkan PP No. 10/1990 (yang diperbaharui dengan PP No. 103/2000) berubah menjadi Perusahaan Umum (PERUM) hingga sekarang.

Perum Pegadaian termasuk dalam Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagaimana diatur dalam UU No. 19/2003 Tentang BUMN . Pasal 9 UU No. 19/2003 menetapkan bahwa:” BUMN terdiri dari Perum dan Persero”. Definisi

¹⁶ Perusahaan Negara melalui Instruksi Presiden (Inpres) No. 17/1967 Tentang Pengarahan dan Penyederhanaan Perusahaabn Negara Menjadi Tiga Bentuk Usaha Negara menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum) dan Perusahaan Perseroan (Persero). Kemudian untuk memperkuat dasar hukumnya diterbitkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) No. 1/1969 Tentang Bentuk Badan Usaha Negara yang kemudian pada 1 Agustus 1969 diubah menjadi UU No. 9/1969 Tentang Bentuk-Bentuk Badan Usaha Milik Negara. Pasal 2 UU No. 9/1969 mengatur bahwa:

- (a). Perjan adalah perusahaan Negara yang didirikan dan diatur menurut ketentuan *Indonesische Bedrijvenwet (IBW)*;
- (b). Perum adalah perusahaan Negara yang didirikan dan diatur menurut ketentuan UU No. 19 Prp/1969;
- (c). Persero adalah penyertaan Negara dalam perseroan terbatas seperti yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum dagang (KUHD).

BUMN terdapat dalam Pasal 1 UU No. 19/2003 bahwa: “BUMN adalah badan usaha yang seluruhnya atau sebagian besar modalnya dimiliki Negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan Negara yang dipisahkan”. Kekayaan Negara dalam hal ini adalah pemisahan kekayaan Negara dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) untuk dijadikan modal BUMN sebagaimana diatur dalam Pasal 1 Angka 10 jo. Pasal 4 Ayat (1) UU No. 19/2003. Selain itu modal BUMN juga berasal dari kapitalisasi cadangan dan sumber-sumber lain sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Ayat (2) dan Ayat (3) UU No. 19/2003.

Perum adalah BUMN yang seluruh modalnya dimiliki oleh Negara dan tidak terbagi atas saham. Perum Pegadaian bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan sekaligus mengejar keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan (Pasal 1 Angka 4 UU No. 19/2003). Selanjutnya Pasal 37 UU No. 19/2003 dinyatakan bahwa organ Perum terdiri dari: (a) Menteri, (b) Direksi, dan (c) Dewan Pengurus.

Sesuai dengan status hukum Perusahaan Umum, modal bukan berbentuk saham, tetapi berasal dari Penyertaan Modal Pemerintah. Modal Perum Pegadaian 100% dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia. Perum Pegadaian memiliki sebuah anak perusahaan yang hingga saat ini telah beroperasi dengan nama PT Balai Lelang Artha Gasia dengan komposisi saham sebesar 99,99% dimiliki oleh Perum Pegadaian dan sisanya 0,01% dimiliki oleh Drs. Deddy Kusdedi, M.M selaku (mantan) Direktur Utama Perum Pegadaian.¹⁷ Kebijakan pembagian laba Perum Pegadaian merujuk pada ketentuan Pasal 51 Ayat (1) UU

¹⁷ *Ibid.*

No. 19/ 2003.¹⁸ Merujuk pada UU tersebut, maka Menteri BUMN menetapkan dana Pembangunan Semesta sebagai bagian dari laba perusahaan yang dialokasikan untuk Pemilik Modal (Pemerintah RI).

Corporate culture Perum Pegadaian tercermin dalam Visi, Misi dan Motto perusahaan. Perum Pegadaian memiliki visi bahwa: “Pada tahun 2013 Pegadaian menjadi ‘*Champion*’ dalam pembiayaan mikro dan kecil berbasis gadai dan fidusia bagi masyarakat golongan menengah ke bawah”.¹⁹ Adapun misi Perum Pegadaian dinyatakan sebagai berikut:²⁰

1. Membantu program pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat khususnya golongan menengah ke bawah dengan memberikan solusi keuangan yang terbaik melalui pembayaran pinjaman kepada usaha skala mikro dan menengah atas dasar hukum gadai dan fidusia,
2. Memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan dan melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik secara konsisten;
3. Melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya.

Logo Perum Pegadaian berupa “timbangan berwarna hijau dan hitam dengan tulisan Pegadaian”. *Tagline* slogan atau motto Perum Pegadaian adalah “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah. Berdasarkan Visi dan Misi Perum Pegadaian tersebut di atas, diwujudkan sasaran sebagai target jangka pendek dan menengah sebagai berikut:²¹

1. Pertumbuhan Omzet Kredit sebesar 45%;
2. Kinerja Keuangan yang sehat dengan Laporan Keuangan Wajar tanpa Pengecualian (WTP) serta rating perusahaan minimal AA;

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Perum Pegadaian II, *Op.Cit.*, h. 1. Dapat juga dibaca pada Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h. 24-25.

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*

3. Pertumbuhan Laba sebelum pajak minimal 20%;
4. Pendapatan Sewa Modal dan Jasa meningkat 45%.

Guna mencapai sasaran yang telah dicanangkan tersebut Perum Pegadaian melakukan strategi pencapaian sebagai berikut:^{22/}

1. Melakukan akselerasi penguasaan pangsa pasar dengan membuka Unit Pelayanan Cabang (UPC);
2. Pengembangan Produk Diversifikasi dengan prinsip kehati-hatian;
3. Memelihara dan meningkatkan citra perusahaan secara lebih konseptual;
4. Meningkatkan produktivitas pegawai;
5. Melakukan aliansi strategis dengan BUMN, dan/atau lembaga lainnya;
6. Melakukan restrukturisasi Organisasi Kantor Pusat, Wilayah, dan Cabang;
7. Melakukan perubahan status hukum dari Perum menjadi Persero;
8. Meningkatkan standar kualitas pengawasan cabang secara fisik dan sistem;
9. Meningkatkan kualitas pelayanan melalui perbaikan dan pengadaan sarana dan pra sarana kantor.

Dalam rangka menetapkan strategi penguasaan pasar dan pemupukan modal, Perum Pegadaian telah mengeluarkan emisi obligasi (surat pengakuan hutang) sebanyak dua belas kali, dengan jangka waktu masing-masing 5 tahun untuk tahun 1993-1998, dan 2001; jangka waktu 8 tahun untuk tahun 1999, 2000, dan 2003; jangka waktu 15 tahun untuk obligasi tahun 2003 seri B; serta jangka waktu 10 tahun untuk obligasi tahun 2006 dan 2007. Berdasarkan Peraturan BAPEPAM-LK No. Kep 135/BL/2006 tentang Pemingkatan yang dilaksanakan oleh PT Pemingkat Efek Indonesia (Pefindo), hasil pemingkatan atas surat hutang jangka panjang sesuai dengan surat No. 404/PEF-Dir/VII/2008 tanggal 13 Juni 2008 dari Pefindo, maka Obligasi yang diterbitkan Perum Pegadaian

²² Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h. 25.

mendapatkan peringkat AA+ (*stable outlook*). Sesuai dengan ketentuan BAPEPAM, sejak Perum Pegadaian *go public* dengan menerbitkan obligasi, maka audit atas laporan keuangan dilakukan oleh Kantor Akuntan Publik (KAP).²³

Strategi pemasaran Perum Pegadaian dalam tiga tahun terakhir ini dilakukan dengan cara-cara yang dituangkan dalam Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) tiap tahun, yang mencakup tindakan-tindakan sebagai berikut:²⁴

- a. Melaksanakan program pemasaran secara terintegrasi yang melibatkan setiap pihak dan event dalam Perum Pegadaian;
- b. Melaksanakan program pemasaran secara terencana dan terukur dengan konsep yang dirumuskan secara tepat serta pelaksanaannya yang dirancang secara teliti;
- c. Melaksanakan program pemasaran yang dapat membangun image Perum Pegadaian sebagai entitas yang kompeten;
- d. Melaksanakan dan memperkuat program Pelanggan Nomor Wahid (Now);
- e. Mengadakan program undian-undian nasabah berhadiah menarik;
- f. Membuat standar manual guideline program-program pemasaran yang terintegrasi;
- g. Melaksanakan dan menyempurnakan program Pegadaian Peduli secara berkelanjutan;
- h. Membuka Unit Pelayanan Cabang (UPC) di daerah-daerah yang potensial;
- i. Dengan pengalaman merintis kerjasama dalam bentuk *Build, Operate and Transfer (BOT)* di kompleks pertokoan peralatan elektronik di Salemba, Jakarta, persewaan pertokoan di *Harco Building* Pasar Baru, Jakarta, dan kompleks pertokoan komersial Cimahi, maka apabila kondisi bisnis *property* sudah membaik, Perum Pegadaian akan berusaha mengembangkan usaha ini yang mempunyai potensi cukup besar pada lokasi-lokasi yang strategis baik di Jakarta maupu di kota-kota besar lainnya;
- j. Diversifikasi usaha dengan menciptakan produk lain yang terkait dengan pembiayaan UKM seperti KREASI, KRASIDA, ARRUM, Gadai Efek, dan peluncuran KUCICA dan MULIA.

²³ *Ibid.*, h. 34.

²⁴ *Ibid.*, h. 65.

Dalam menjalankan usaha, Perum Pegadaian tidak hanya mengejar *profit* semata, tetapi selalu berkomitmen mewujudkan visi perusahaan dan konsisten melaksanakan misi sosial semaksimal mungkin dan peduli terhadap lingkungan sosialnya. Dengan mottonya “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah” yang dilandasi filosofi dan budaya kerja Inovatif, Nilai Moral Tinggi, Terampil, Adi Layanan dan Nuansa Citra (INTAN), berbagai produk yang menyentuh pengusaha mikro dan masyarakat bawah telah diluncurkan. Pelanggan merupakan upaya Perum Pegadaian untuk menjawab tuntutan masyarakat dengan kualitas pelayan Pelanggan Nomor Wahid (Pelanggan *NOW*).²⁵

Dampak krisis ekonomi yang berkepanjangan telah mengakibatkan perubahan kebijakan pemerintah ataupun lembaga perbankan dalam menyalurkan kredit kepada masyarakat yang menjadi sangat ketat. Perum Pegadaian dalam lima tahun terakhir telah mewarnai secara signifikan bisnis *micro finance* di Indonesia dan peran tersebut akan semakin besar di masa yang akan datang. Perum Pegadaian bagi masyarakat umum, pengusaha mikro dan kecil, telah hadir sebagai partner dalam menjalankan bisnisnya. Berbagai inovasi produk yang telah diluncurkan mendapat respon penuh antusias dari masyarakat dan pengusaha mikro dan kecil, yang penentuan segmentasi dan target pasar dibagi dan dikelompokkan berdasarkan profesi seperti:

- a. Petani
- b. Nelayan
- c. Industri

²⁵ Perum Pegadaian II, *Op.Cit.*, h. 1

- d. Pedagang
- e. Lain-lain.

Dalam aktivitas bisnisnya, Perum Pegadaian kerap pula bekerja sama dengan pihak eksternal, seperti, dengan pihak PT Telkom untuk membangun sistem informasi dan komputerisasi perusahaan serta Investor pengembang, PT Harco Indah, PT Graha Asadhana dalam rangka kontrak *Build Operate and Transfer (BOT)* dan lain-lain.²⁶

Perum Pegadaian yang memiliki *core business "micro finance"*, utamanya jasa penyaluran uang pinjaman berdasarkan hukum gadai dan fidusia ini, memiliki berbagai produk yakni:

- A. Produk Perkreditan yang mencakup:
 - a. Pegadaian Kredit Cepat Aman (KCA);
 - b. Pegadaian Kredit Serba Guna (KRESNA);
 - c. Pegadaian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI);
 - d. Pegadaian Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA);
 - e. Pegadaian Kredit Usaha Rumah Tangga (KRISTA);
 - f. Gadai Syariah (RAHN) dan Kredit Ar Rahn untuk Usaha Mikro (ARRUM);
 - g. Pegadaian Kredit Perumahan Swadaya (KREMADA);
 - h. Pegadaian Kredit Tunda Jual Gabah (KTJG);
 - i. Gadai Efek (INVESTA);
 - j. Pegadaian Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (MULLA);
- B. Kiriman Uang Cara Instant, Cepat dan Aman (KUCICA);
- C. Pegadaian Jasa Titipan dan/atau Jasa Taksiran;
- D. Pegadaian Properti dan/atau Usaha Sewa Gedung;
- E. Jasa Lelang;
- F. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan;

²⁶ Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h. 171-172.

A. Produk Perkreditan

a. Pegadaian Kredit Cepat Aman (KCA)

Bisnis Inti Pegadaian KCA adalah pemberian pinjaman kepada masyarakat dalam jangka waktu tertentu berdasarkan hukum gadai dengan prosedur pelayanan yang mudah, aman dan cepat yang pengembaliannya dilakukan dengan membayar uang pinjaman dan sewa modalnya.²⁷ Jangka waktu kredit maksimum 4 (empat) bulan, tetapi dapat diperpanjang dengan cara mengangsur ataupun mengulang gadai dan dapat dilunasi sewaktu-waktu dengan penghitungan bunga proporsional selama masa pinjaman. Barang jaminan yang dapat menjadi agunan adalah perhiasan emas/permata, kendaraan bermotor (mobil, motor, sepeda), elektronik, kain dan alat rumah tangga lainnya.

Pinjaman yang diberikan dikelompokkan sesuai dengan besarnya pinjaman (pagu kredit), masing-masing berdasarkan nilai taksiran barang jaminan yang bersangkutan. Berdasarkan SK Direksi No.1024/UI.I.002111/2006 tanggal 29 Desember 2006 jo. SK Direksi No.56/UI.I.002111/2008 tanggal 30 Januari 2008, maka tarif sewa modal adalah sebagai berikut:

GOL. PINJAMAN (LOAN CLASS)	PAGU KREDIT (CREDIT CEILING)	TARIF SEWA MODAL (INTEREST RATE)				JANGKA WAKTU KREDIT (TERM OF CREDIT)
		MULAI 1 JANUARI 2007		MULAI 1 JANUARI 2008		
		PER 15 HARI	MAKSIMUM	PER 15 HARI	MAKSIMUM	
A	20.000-150.000	1%	8%	0,75%	6,00%	120 hari
B	151.000-500.000	1,45%	11,60%	1,20%	9,60%	120 hari
C1	505.000-1.000.000	1,45%	11,60%	1,30%	10,40%	120 hari

²⁷ Perum Pegadaian, *Standar Operasional Prosedur (SOP) KCA*, Jakarta, 2008 (selanjutnya disebut Perum Pegadaian III), h.3-4. Bisa dibaca pada Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h. 18. Perum Pegadaian II, *Op.Cit.*, h. 2.

C2	1.010.000- 20.000.000	1,45%	11,60%	1,30%	10,40%	120 hari
D1	20.050.000- 50.000.000	1%	8%	1%	8%	120 hari
D2	50.100.000- 200.000.000	1%	8%	1%	8%	120 hari

Sumber: Laporan Tahunan perum Pegadaian Tahun 2008.

Selain itu berdasarkan SK Direksi No.348/OP.1.00211/2004 tanggal 29 September 2004 Tentang Penyesuaian Tarif Biaya yang berlaku mulai 1 Oktober 2004, kepada nasabah dikenakan biaya administrasi yang besarnya rata-rata berkisar 1% dari UP minimal Rp50.000,00.

Pengenaan biaya administrasi dibedakan antara gadai baru dan gadai ulang berdasarkan SK Direksi No.312/UI.3.00213/2007 tanggal 9 Mei 2007 jo. SE Direksi No.32/UI.3.00213/2007 tanggal 7 Juni 2007 yang berlaku sejak 1 Juli 2007 adalah sebagai berikut:

NO	KREDIT LAMA BERLANJUT	TARIF BIAYA ADMINISTRASI
GADAI BARU		
1.	Semua Golongan A,B,C dan D	1% X UP
2.	Khusus barang jaminan mobil	1% X UP minimal Rp 50.000,00
ULANG GADAI		
1.	1-30 hari	0,2% X UP
2.	31-60 hari	0,4% X UP
3.	61-90 hari	0,6% X UP
4.	91-120 hari	0,8% X UP

Sumber: Laporan Tahunan Perum Pegadaian Tahun 2008.

Berdasarkan SE Direksi No.49/OP.1.00211/2004 tanggal 11 Oktober 2004 dan SE Direksi No.06/UI.1.00211/2008 tanggal 30 Januari 2008 besarnya persentase uang pinjaman terhadap taksiran nilai barang jaminan ditetapkan sebagai berikut:

- a. Gol A: 92% X nilai taksiran
- b. Gol B: 89% X nilai taksiran

c. Gol C: 89% X nilai taksiran

d. Gol D: 93% X nilai taksiran

Selama 10 tahun terakhir jumlah uang pinjaman yang disalurkan kepada masyarakat meningkat dari Rp3.226.051.000.000,00 pada tahun 1999 menjadi Rp30.609.164.000.000,00 tahun 2008 atau meningkat rata-rata 28,84%. Peningkatan yang cukup tajam ini disebabkan semakin banyaknya masyarakat yang memanfaatkan jasa Perum Pegadaian.

b. Pegadaian Kredit Serba Guna (KRESNA)

KRESNA merupakan pemberian pinjaman kepada pegawai/karyawan dalam rangka kegiatan produktif/konsumtif dengan pengembalian secara angsuran. Sebenarnya KRESNA merupakan modifikasi dari produk lama, Kredit untuk Pegawai (Golongan E).²⁸ Besar pinjaman disesuaikan dengan jumlah penghasilan masing-masing pegawai (kemampuan mengangsur), sehingga tidak terlalu memberatkan likuiditas bulanan pegawai. Batas maksimum uang pinjaman dan jangka waktu kredit antara 12 sampai dengan 36 bulan dan biaya administrasi sebesar 0,5% dari pinjaman diatur dalam SK No. 213/US.2.00/2006 tanggal 29 November 2006. Tingkat bunga pinjaman 12% per tahun flat. Tarif sewa modal KRESNA ditetapkan melalui SK Direksi 212/US.2.00/2006 tanggal 29 November 2006.

²⁸ Perum Pegadaian, *SOP KRESNA*, Jakarta, 2008 (selanjutnya disebut Perum Pegadaian IV), h. 3-4. Bisa juga dibaca pada Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h. 46.

- c. Gol C: 89% X nilai taksiran
- d. Gol D: 93% X nilai taksiran

Selama 10 tahun terakhir jumlah uang pinjaman yang disalurkan kepada masyarakat meningkat dari Rp3.226.051.000.000,00 pada tahun 1999 menjadi Rp30.609.164.000.000,00 tahun 2008 atau meningkat rata-rata 28,84%. Peningkatan yang cukup tajam ini disebabkan semakin banyaknya masyarakat yang memanfaatkan jasa Perum Pegadaian.

b. Pegadaian Kredit Serba Guna (KRESNA)

KRESNA merupakan pemberian pinjaman kepada pegawai/karyawan dalam rangka kegiatan produktif/konsumtif dengan pengembalian secara angsuran. Sebenarnya KRESNA merupakan modifikasi dari produk lama, Kredit untuk Pegawai (Golongan E).²⁸ Besar pinjaman disesuaikan dengan jumlah penghasilan masing-masing pegawai (kemampuan mengangsur), sehingga tidak terlalu memberatkan likuiditas bulanan pegawai. Batas maksimum uang pinjaman dan jangka waktu kredit antara 12 sampai dengan 36 bulan dan biaya administrasi sebesar 0,5% dari pinjaman diatur dalam SK No. 213/US.2.00/2006 tanggal 29 November 2006. Tingkat bunga pinjaman 12% per tahun flat. Tarif sewa modal KRESNA ditetapkan melalui SK Direksi 212/US.2.00/2006 tanggal 29 November 2006.

²⁸ Perum Pegadaian, *SOP KRESNA*, Jakarta, 2008 (selanjutnya disebut Perum Pegadaian IV), h. 3-4. Bisa juga dibaca pada Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h. 46.

c. **Pegadaian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI);**

Pegadaian KREASI merupakan pemberian pinjaman kepada para pengusaha mikro-kecil (dalam rangka pengembangan usaha) dengan skim atau konstruksi penjaminan secara fidusia dan pengembalian pinjamannya dilakukan melalui angsuran perbulan dalam jangka waktu kredit 12 sampai dengan 36 bulan. Produk ini merupakan modifikasi produk lama, Kredit Kelayakan Usaha Pegadaian.²⁹ Pada dasarnya semua jenis usaha mikro-kecil bisa didanai dengan paket kredit KREASI, kecuali yang dilarang yakni usaha berikut ini:³⁰

- a. Usaha industri yang permintaan produknya fluktuatif yakni: usaha jasa pialang saham, bursa komoditi, valas informal, perdagangan maya atau usaha sejenis lainnya;
- b. Usaha industri yang pertumbuhannya sedang lesu yakni: usaha perunggasan, usaha ternak sapi/kerbau/kambing atau usaha lainnya;
- c. Usaha industri yang tidak sejalan dengan etika dan norma yakni: usaha pelacuran, perjudian, panti pijat tidak berizin, penagihan utang yang tidak berizin;
- d. Usaha industri yang tidak ramah lingkungan yakni: usaha yang menimbulkan limbah beracun dan berbahaya, penebangan kayu liar, penambangan liar;
- e. Usaha yang pasarnya tidak jelas yakni: usaha dukun/paranormal, perdagangan barang antik, pengobatan alternatif, perdagangan jimat dan lain-lain;
- f. Usaha di bidang industri yang memproduksi barang illegal yakni: usaha minuman keras yang tidak berizin, perdagangan narkoba, perdagangan wanita dan anak-anak, perbudakan, pengadaan dan peredaran uang palsu dll;
- g. Usaha yang laku sesaat yakni: budidaya jamur, ikan lou-han, sengan laut, jati mas, perternakan perkutut dll;
- h. Usaha lain yang mudah jenuh seperti produk pengrajin yang mudah ditiru dan pasarnya terbatas.

Rumus besarnya pelunasan yang dilakukan secara angsuran bulanan yang terdiri dari cicilan pokok pinjaman ditambah dengan sewa modal dengan rumus sebagai berikut:

²⁹ Perum Pegadaian, *SOP KREASI*, Jakarta, 2008 (Perum Pegadaian V), h. 2-4. Bisa juga dibaca pada Perum Pegadaian II, *Op.Cit.*, h. 2 dan Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h.129.

³⁰ *Ibid.*

$$\text{ANGSURAN} = \frac{\text{UP} + n (\text{UP} \times \text{SM})}{n}$$

Keterangan:

- UP : Uang pinjaman
 N : Jangka waktu kredit
 SM : Tarif sewa modal per bulan

Sedangkan nilai pelunasan sekaligus menggunakan rumus:
 $\text{PSn} = (\text{UPt} \times \text{FPn})$

Keterangan:

- PSn : jumlah yang harus dibayar nasabah untuk pelunasan sekaligus angsuran ke -n
 UPt : jumlah UP total yang diperjanjikan
 FPn : faktor pengali untuk pelunasan bulan ke -n.

d. Pegadaian Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA);

Pegadaian KRASIDA merupakan pemberian pinjaman kepada para pengusaha mikro-kecil (dalam rangka pengembangan usaha) atas dasar gadai dan pengembalian pinjamannya dilakukan melalui angsuran.³¹ Sektor yang dibiayai meliputi:³²

- a. Sektor pertambangan;
- b. Sektor pertanian yang meliputi: pertanian, perkebunan, peternakan dan perikanan;
- c. Sektor perindustrian yang meliputi: industry kerajinan rakyat dan industri logam;
- d. Sektor listrik, Gas dan air yang meliputi: listrik, gas dan air;
- e. Sektor konstruksi;
- f. Sektor perdagangan;
- g. Sektor jasa yang meliputi: jasa pariwisata, perhotelan, telekomunikasi, angkutan dan persewaan.

³¹ Perum Pegadaian, *SOP KRASIDA*, Jakarta, 2008 (Perum Pegadaian VI), h. 11. Bisa juga dibaca pada Perum Pegadaian II, *Op.Cit.*, h. 2 dan Perum Pegadaian I, *O.Cit.*, h. 129.

³² *Ibid.*

$$\text{Angsuran} = \frac{UP+n (UP \times SM)}{n}$$

Keterangan:

- UP : Uang pinjaman
 N : Jangka waktu kredit
 SM : Tarif sewa modal per bulan

Sedangkan nilai pelunasan sekaligus menggunakan rumus:

$$PS_n = (UP_t \times FP_n)$$

Keterangan:

- PS_n : jumlah yang harus dibayar nasabah untuk pelunasan sekaligus angsuran ke -n
 UP_t : jumlah UP total yang diperjanjikan
 FP_n : faktor pengali untuk pelunasan bulan ke -n.

Besaran uang pinjaman kredit KREASI berdasarkan Surat Edaran Direksi No. 61/US.2.00/2006 tanggal 13 Desember 2006 maksimum kredit kreasi sebesar Rp. 100.000.000 per nasabah, sedangkan KRASIDA terakhir ditetapkan berdasarkan SK Direksi No. 190/US.2.00/2006 tanggal 28 September 2006, batas minimum uang pinjaman kredit KRASIDA sebesar Rp.20.000.000 per nasabah. Secara umum KREASI dan KRASIDA mempunyai kemiripan dalam hal pelaksanaan operasionalnya yang secara ringkas dapat dijelaskan sebagai berikut:

NO.	URAIAN	KREASI	KRESIDA
1.	Tujuan kredit	Produktif	Produktif
2.	Waktu pelayanan	3 hari	1-2 jam
3.	Tarif sewa modal	10,80 % per tahun flat	10,80% per tahun flat
4.	Biaya administrasi	1% dari uang pinjaman	1% dari uang pinjaman
5.	Biaya lainnya	Notaris, akta fidusia, cek fisik, asuransi, seal	Materai dan cek fisik untuk kendaraan bermotor
6.	Jenis barang jaminan	BPKB kendaraan bermotor	Perhiasan emas dan kendaraan bermotor
7.	Penyimpanan BJ	Dipakai nasabah untuk alat produksi	Disimpan di Pegadaian
8.	Besarnya pinjaman	70% dari nilai agunan	95% dari nilai agunan
9.	Jangka waktu kredit	12-36 bulan	12-36 bulan
10.	Cara pelunasan	Angsuran tetap	Angsuran tetap
Sumber: Laporan Tahunan Perum pegadaian Tahun 2008.			

e. Pegadaian Kredit Usaha Rumah Tangga (KRISTA)

Pegadaian KRISTA merupakan pemberian pinjaman kepada ibu-ibu kelompok usaha rumah tangga sangat mikro (gurem) yang membutuhkan dana dalam bentuk pinjaman modal kerja yang pengembalian pinjamannya dilakukan melalui angsuran dalam jangka waktu 12 sampai dengan 36 bulan.³³ Untuk saat ini KRISTA hanya dikhususkan kepada wanita pengusaha yang tergabung dalam asosiasi atau perkumpulan yang telah berdiri minimal 6 bulan. Besarnya pinjaman yang diberikan masing-masing minimum Rp 100.000 dan maksimum Rp 8.000.000 disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan nasabah dalam mengembalikan pinjaman. Pengusaha kecil yang dibiayai meliputi:³⁴

- a. Pedagang jamu gendong;
- b. Pedagang di pasar (sayur mayor, daging, tahu-tempe dll);
- c. Pedagang kaki lima (mie ayam, Bakso, nasi goreng dll);
- d. Pengusaha berbagai macam kerajinan;
- e. Pedagang warung atau kios kelontong;
- f. Pengusaha warung makan kecil (warteg dll)

Secara umum pelaksanaan operasi KRISTA sebagai berikut:

NO	URAIAN	KRISTA
1.	Tujuan kredit	Produktif
2.	Waktu pelayanan	1-3 hari
3.	Tarif sewa modal	12% per tahun flat
4.	Biaya administrasi	1% dari uang pinjaman
5.	Biaya lainnya	Asuransi, materai
6.	Jenis barang jaminan	Emas dan kendaraan bermotor
7.	Penyimpanan barang jaminan	Untuk barang jaminan emas disimpan di Pegadaian sedangkan barang jaminan kendaraan bermotor dipakai nasabah untuk menjalankan operasionalnya
8.	Besarnya pinjaman	Berdasarkan kelayakan usaha dan disyaratkan mempunyai agunan minimal sebesar 20% dari pinjaman
9.	Jangka waktu kredit	12 -36 bulan
10	Cara pelunasan	Angsuran tetap
Sumber: Laporan Tahunan Perum pegadaian Tahun 2008.		

³³ Perum Pegadaian, *SOP KRISTA*, Jakarta, 2008 (Perum Pegadaian VII), h.3. Bisa juga dibaca pada Perum Pegadaian-I, *Op.Cit.*, h. 131 dan Perum Pegadaian II, *Op.Cit.*, h. 2.

³⁴ *Ibid.*

$$\text{Angsuran} = \frac{UP + n (UP \times SM)}{n}$$

Keterangan:

UP : Uang pinjaman

N : Jangka waktu kredit

SM : Tarif sewa modal per bulan (dalam bentuk %)

Sedangkan nilai pelunasan sekaligus menggunakan rumus:

$$PS_n = (UP_t \times FP_n)$$

Keterangan:

PS_n : jumlah yang harus dibayar nasabah untuk pelunasan sekaligus angsuran ke -n

UP_t : jumlah UP total yang diperjanjikan

FP_n : faktor pengali untuk pelunasan bulan ke -n.

f. Pegadaian Syariah (RAHN) dan Kredit Ar Rahn untuk Usaha Mikro (ARRUM);

Sebagai bisnis perkreditan non inti, Gadai Syariah (AR-RAHN) merupakan jasa perkreditan berupa produk jasa pinjaman dengan menggunakan sistem gadai dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam.³⁵ Besarnya kredit yang diberikan sama dengan KCA, namun berbeda dalam penetapan sewa modal. Gadai syariah menetapkan biaya administrasi dibayar di muka, yaitu pada saat akad baru/akad perpanjangan serendah-rendahnya Rp 1.000,00 dan setinggi-tingginya Rp 60.000,00 untuk jumlah pinjaman maksimum Rp 200.000.000,00.

Para pihak dalam Ar-Rahn adalah Rahin atau pemberi gadai (nasabah) sebagai pihak yang berhutang/ menerima pinjaman dengan menyerahkan barang

³⁵ Gadai Syariah (Ar- Rahn) merupakan jasa perkreditan sebagai jawaban yang arti katanya adalah tetap, kekal, jaminan kebutuhan sebagian konsumen muslim Indonesia yang menginginkan transaksi pinjam meminjam sesuai syariat Islam. Ar- Rahn dilakukan secara sukarela atas dasar tolong menolong. Ar Rahn berarti perjanjian penyerahan harta yang oleh pemiliknya dijadikan jaminan hutang yang nantinya dapat dijadikan sebagai pembayar hak piutang tersebut. Perum Pegadaian, *SOP AR-RAHN*, Jakarta, 2008 (Perum Pegadaian VIII), h. 3-7. Bisa dibaca pada Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h. 126-128 dan juga Perum Pegadaian, *Op.Cit.*, h. 2.

miliknya sebagai jaminan pelunasan hutangnya.³⁶ Murtahin adalah pemilik dana (Perum Pegadaian) yang memberikan pinjaman dengan menerima barang sebagai jaminan pelunasan pinjaman yang diberikan kepada Rahin.³⁷ Marhun adalah harta yang dijadikan jaminan (dirahn-kan) yaitu barang berharga yang bisa berupa barang bergerak ataupun tidak bergerak.³⁸ Sighat adalah ijab Kabul antara Rahin dan Murtahin yang dituangkan dalam suatu akad.³⁹ Sedang akad adalah perjanjian pertalian ijab dan Kabul menurut cara yang disyariatkan terhadap obyek dan hal ini menimbulkan hak dan kewajiban para pihak.⁴⁰ Ijarah adalah akad pemindahan manfaat atas suatu barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu melalui pembayaran upah/sewa tempat tanpa diikuti pemindahan kepemilikan barangnya.⁴¹ Mustajir adalah pihak penyewa tempat atas barang yang dijadikan jaminan pelunasan hutang.⁴² Muajjir adalah pemilik tempat persewaan.⁴³ Ma'jur adalah barang yang dijadikan obyek sewa-menyewa dalam akad ijarah.⁴⁴

Berdasarkan Surat Edaran Direksi No. 27/US1.00/2005 tanggal 26 Juli 2005 Tentang Perubahan Biaya Administrasi Gadai syariah yang berlaku sejak 26 Juli 2005 dan Surat Edaran Direksi No. 22/US1.00/2005 tanggal 26 Mei 2005

³⁶ *Ibid.*

³⁷ *Ibid.*

³⁸ *Ibid.*

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ *Ibid.*

Berdasarkan SK Direksi No.141/US.1.00/2007 tanggal 1 Agustus 2007 jo. SE Direksi No.44/US.1.00/2007 tanggal 24 Agustus 2007 Tentang Diskon Biaya administrasi AR-RAHN ulang adalah sebagai berikut :

GOLONGAN (CLASS)	PLAFON MARHUN	BIAYA ADMINISTRASI	TARIF BIAYA ADMINISTRASI SETELAH DISKON UNTUK AR-RAHN ULANG			
			1-30 HARI	31-60 HARI	61-90 HARI	91-120 HARI
A	20.000- 150.000	1.000	500	600	700	800
B	151.000- 500.000	5.000	2.500	3.000	3.500	4.000
C	501.000- 1.000.000	8.000	4.000	4.800	5.600	6.400
D	1.005.000- 5.000.000	16.000	8.000	9.600	11.200	12.800
E	5.010.000- 10.000.000	25.000	12.500	15.000	17.500	20.000
F	10.050.000- 20.000.000	40.000	20.000	24.000	28.000	32.000
G	20.100.000- 50.000.000	50.000	25.000	30.000	35.000	40.000
H	50.100.000- 200.000.000	60.000	30.000	36.000	42.000	48.000

Sumber: Laporan Tahunan Perum Pegadaian Tahun 2008.

Kemudian untuk memenuhi kebutuhan pasar akan usaha kredit berbasis syariah, telah diluncurkan Kredit Ar-Rahn untuk Pengusaha Mikro (ARRUM) yang skimnya sama dengan KREASI.

Berdasarkan SK Direksi No.01/US.2.00/2008 tanggal 31 Januari 2008 Tentang Pemberlakuan PO Arrum dan SK Direksi No.03/US.2.00/2008 tanggal 31 Januari 2008 Tentang Batas Minimum dan Maksimum Pembayaran Arrum, menyatakan mulai berlakunya jasa kredit Arrum dengan jaminan fidusia, Maksimum pinjaman Rp 50.000.000 dan masa kredit maksimum 36 bulan. Pangsa pasar adalah perusahaan mikro yang menginginkan dasar syariah. Biaya administrasi ARRUM adalah sebagai berikut:

NO.	JENIS BARANG JAMINAN	BIAYA ADMINISTRASI
1.	Sepeda Motor	Rp 70.000
2.	Mobil	Rp 200.000

Sumber: Laporan Tahunan Perum Pegadaian Tahun 2008.

Sedangkan tariff ijarah dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ijarah} = \frac{\text{Taksiran} \times \text{Rp } 700 \times \text{Jangka waktu (bulan)}}{100.000}$$

g. Pegadaian Kredit Perumahan Swadaya (KREMADA)

Pegadaian KREMADA merupakan pemberian pinjaman kepada masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) untuk membangun atau memperbaiki rumah dengan pengembalian secara angsuran. Pendanaan ini merupakan kerja sama dengan Menteri Perumahan Rakyat. Pinjaman hanya dimanfaatkan untuk perumahan yang mencakup perbaikan rumah, pembangunan rumah dan perbaikan lingkungan perumahan. Dana berasal dari pemerintah dan penyaluran kredit ditetapkan berdasarkan SK Direksi No. 062/UL.2.00.22.2/2006 tanggal 7 Desember 2006 tentang KREMADA.⁴⁵

KREMADA diberikan kepada calon nasabah/masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) yang memiliki penghasilan tetap ataupun tidak tetap yang memenuhi persyaratan, yang terdiri dari :

- a. MBR Kelompok meliputi: kelompok swadaya masyarakat sangat mikro (gurem) seperti bakul jamu gendong, pedagang gerobak dorong, usaha lapak atau kios, tukang ojek, kelompokkeagamaan (majlis taklim, persekutuan doa) yang mempunyai kemampuan mengangsur pinjaman sampai lunas. Skema KREMADA menerapkan prinsip tanggung renteng di antara anggota kelompok/assosiasi.

⁴⁵ Perum Pegadaian, *SOP KREMADA*, Jakarta, 2008 (Perum Pegadaian IX), h. 3. Bisa juga dilihat pada Perum Pegadaian II, *Op.Ct.*, h.2 dan Perum Pegadaian I, *Op.Ct.*, h.130.

- b. MBR Perorangan/individu yakni: pegawai/karyawan seperti buruh pabrik, satpam, petugas *cleaning service*, PNS yang memiliki masa kerja sekurang-kurangnya 12 bulan yang dibuktikan dengan surat keterangan dari tempatnya bekerja.

$$\text{Angsuran} = \frac{UP+n (UP \times SM)}{n}$$

Keterangan:

UP : Uang pinjaman

N : Jangka waktu kredit

SM : Tarif sewa modal per bulan (dalam bentuk %)

Sedangkan nilai pelunasan sekaligus menggunakan rumus:

$$PS_n = (sUP_n \times SM)$$

Keterangan:

PS_n : jumlah yang harus dibayar nasabah untuk pelunasan sekaligus pada bulan ke -n

sUP_n : jumlah sisa uang pinjaman pada bulan ke-n

SM : sewa modal 1 (satu) bulan.

h. Pegadaian Kredit Tunda Jual Gabah (KTJG) KTGJ

Pegadaian KTJG merupakan kredit yang diberikan kepada para petani atas dasar hukum gadai melalui agen yang ditunjuk oleh Perum Pegadaian dengan barang jaminan berupa gabah kering giling. Tujuan pemberian KTJG adalah untuk membantu para petani dalam memenuhi kebutuhan dana untuk melakukan pengolahan sawahnya mengingat belum diperolehnya dana dari hasil penjualan produk gabah yang sengaja ditunda penjualannya, sambil menunggu kenaikan harga gabah yang cenderung menurun pasca panen, sehingga petani terhindar dari tekanan akibat fluktuasi harga pada saat panen dan permainan harga para tengkulak.⁴⁶

⁴⁶ Perum Pegadaian, *SOP KTJG*, Jakarta, 2008 (Perum Pegadaian X), h.5. Bisa juga dilihat pada Perum Pegadaian II, *Op.Cit.*, h.131 dan Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h.2.

Tabel pinjaman Gadai Gabah Kering Giling (GKG)

HARGA PASAR TAKSIRAN Rp/Kg		PLAFON KREDIT		NILAI TEBUSAN SETELAH 4 BULAN	
		%	RUPIAH	UP+SM=114%	UP+SM=112%
s/d	800	100	800	912,00	896,00
s/d	900	97,5	877,50	1.000,00	963,00
s/d	1.000	95	950	1.083,00	1.064,00
s/d	1.100	92,5	1.017,50	1.160,00	1.140,00
s/d	1.200	90	1.080	1.231,00	1.210,00
s/d	1.300	87,5	1.137,50	1.297,00	1.274,00
s/d	1.400	85	1.190	1.357,00	1.333,00
s/d	1.500	82,5	1.237,50	1.411,00	1.386,00
s/d	1.600	80	1.280	1.459,00	1.343,00
s/d	1.700	80	1.360	1.550,00	1.523,00
s/d	1.700	maks	1.360	1.550,00	1.523,00

Sumber: Laporan Tahunan Perum Pegadaian Tahun 2008.

i. Gadai Efek (INVESTA)

INVESTA merupakan pemberian pinjaman kepada masyarakat dengan agunan berupa saham dengan sistem gadai. Berdasarkan SK Direksi No. 23/UL.3.00.0022.3/2007 tanggal 2 April 2007 tentang Unit Gadai Efek telah dibentuk unit usaha baru yang bergerak di bidang pelayanan gadai dengan barang jaminan saham/efek. Unit usaha baru ini berkedudukan di kantor pusat Perum Pegadaian.

Pinjaman diberikan kepada nasabah, baik individu atau badan hukum yang menjadi anggota dari perusahaan efek anggota bursa, yang membutuhkan dana cepat ataupun untuk pemenuhan modal kerja dengan mengagunkan saham yang tercatat dan diperdagangkan di bursa efek sesuai kriteria yang ditetapkan oleh

Perum Pegadaian, yakni termasuk katagori saham *blue chip*⁴⁷ dan katagori *LQ-45* yakni saham yang telah terseleksi dengan kriteria:⁴⁸

- a. Nilai kapitalisasi pasar Rp 1 Trilyun dan transaksi harian sebesar Rp 5 Trilyun;
- b. Transaksi harian perorangan Rp 10.000.000,00;
- c. Transaksi institusi Rp. 100.000.000,00 dengan outstanding loan Rp 50 Milyar.

Berdasarkan SK Direksi No. 44E/UL.3.0022.3/2006 tanggal 29 Juni 2007 Tentang Batas Kewenangan Dalam Penetapan dan Pemutusan Uang Pinjaman, maka total limit pembiayaan yang disediakan oleh Perum Pegadaian untuk tiap jenis saham maksimum 5% dari *market capitalization*. Total limit pembiayaan untuk nasabah retail maksimum sebesar 5%, sedangkan untuk institusi maksimum 25% dari total limit pembiayaan yang disediakan Perum Pegadaian.

Secara umum pelaksanaan Gadai efek:

NO.	URAIAN	UNIT GADAI EFEK
1.	Tujuan kredit	Produktif
2.	Waktu pelayanan	1-2 hari
3.	Tarif sewa modal	Harian, minimal 15 hari
4.	Biaya administrasi	0, 125 %per jangka wwaktu 90 hari
5.	Biaya lainnya	Materai
6.	Jenis barang jaminan	Saham dalam LQ 45, per transaksi untuk 1 jenis saham

⁴⁷ Saham adalah bukti penyertaan dalam perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Saham terdiri atas: (a) Saham biasa adalah saham yang tidak memiliki kelebihan khusus, selain hak suara dalam RUPS, hak untuk memperoleh deviden dan hak atas sisa likuidasi; (b) Saham preferen adalah saham yang memberikan hak terlebih dahulu atas bagian keuntungan dan sisa likuidasi; (c) saham prioritas adalah saham yang memberikan hak bagi pemegangnya untuk mengajukan pencalonan direksi dan komisaris. Saham *blue chip* adalah saham unggulan karena memiliki kapitalisasi besar karena volumenya besar dan harga saham yang tinggi. Rahmi Jened at.all, *Pengalihan saham Perusahaan Kepada Koperasi*, Laporan Penelitian OPF, Universitas Airlangga, 1993 (selanjutnya disebut Rahmi Jened IV), h. 6-7.

⁴⁸ Perum Pegadaian, *SOP GADAI SAHAM INVESTA*, Jakarta, 2008 (Perum Pegadaian XI), h. 3-4. Bisa juga dilihat pada Perum Pegadaian II, *Op.Cit.*, h.2. Juga dari hasil wawancara dengan PIC INVESTA Perum Pegadaian, Jakarta, 30 Oktober 2009.

7.	Plafon pinjaman	Per transaksi minimum Rp 50.000.000 dan maksimum Rp 50.000.000.000 dihitung paling banyak 50% dari harga pasar saham (closing price 1 hari sebelumnya)
8.	Nasabah	Institusi atau perorangan
9.	Jangka waktu kredit	90 hari
10.	Top Up Call	65%
11.	Eksekusi	80%

Sumber: Laporan Tahunan Perum Pegadaian Tahun 2008.

Penetapan uang pinjaman sesuai rumus:

Uang Pinjaman = (Rasio pinjaman X Nilai pasar) – Biaya Adm - Biaya Mutasi

Keterangan:

Rasio pinjaman : maksimum 50% ditetapkan 45%

Nilai pasar : harga dasar saham dikali jumlah lembar saham

Biaya administrasi : 0.125%

Biaya mutasi : biaya mutasi saham ke bank *custodian*, biaya mutasi saham ke PT KSEI

Biaya RTGS antar bank bagi keperluan transfer uang nasabah.

Pelunasan Kredit: $UP \times (1 + (n/360 \times SM))$

Keterangan:

UP : uang pinjaman

N : jangka waktu pinjaman

SM : tariff sewa modal perbulan

Berdasarkan SK Direktur Pengembangan Usaha No. 91/LB.1.00/2008 tanggal 2 desember 2008 penyaluran kredit gadai efek dihentikan, sampai dengan adanya keputusan Direksi lebih lanjut.

j. MULIA

MULIA adalah jasa Perum Pegadaian kepada masyarakat untuk penjualan emas dan/ atau jasa pendanaan secara mudah dan cepat untuk pembelian emas secara tunai atau angsuran dalam jangka waktu tertentu. MULIA merupakan produk syariah yang diluncurkan pada tahun 2008, sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat yang terus berkembang, termasuk keinginan untuk

mempertahankan daya beli emas di tengah tingkat inflasi yang tinggi dan tertekannya nilai rupiah oleh dolar.⁴⁹

B. Kiriman Uang Cara Instant, Cepat dan Aman (KUCICA);

KUCICA adalah jasa pengiriman uang bekerjasama dengan *Western Union*, suatu perusahaan asing yang mempunyai jaringan yang luas yang berkedudukan di Kanada. Jasa ini didasarkan pada SE No. 54/UL.2.00.22.2/2007 tanggal 1 Oktober 2007 Tentang Pelaksanaan Jasa Pengiriman Uang di kantor cabang Perum Pegadaian. Banyaknya jumlah TKI di luar negeri menyebabkan transfer uang dari luar negeri ke Indonesia mencapai Rp 40 trilyun dan hanya 15-20% saja yang menggunakan jalur formal. Melihat peluang tersebut, maka Perum Pegadaian bekerjasama dengan *Western Union* meluncurkan produk yaitu KUCICA.⁵⁰

C. Jasa Titipan dan atau Jasa Taksiran

Jasa Titipan Jasa titipan adalah pemberian pelayanan Perum Pegadaian kepada masyarakat yang ingin menitipkan barang-barang atau surat berharga yang dimilikinya, terutama bagi orang-orang yang akan meninggalkan rumah dalam waktu lama, misalnya pada saat menunaikan ibadah haji.⁵¹ Pendapatan yang

⁴⁹ Perum Pegadaian, *SOP MULIA*, Jakarta, 2008 (Perum Pegadaian XII), h.6. Bisa juga dilihat pada Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h.21 dan 64. Perum Pegadaian II, *Op.Cit.*, h.2.

⁵⁰ Perum Pegadaian, *SOP KUCICA*, Jakarta, 2008 (Perum Pegadaian XIII), h.7. Bisa juga dibaca pada Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h.21 dan 64.

⁵¹ *Ibid.*, h. 19 dan Perum Pegadaian II, *Op.Ci.*, h.5.

diperoleh dari jasa taksiran dan titipan selama sepuluh tahun terakhir relatif masih kecil. Hal ini disebabkan:⁵²

- a. Masyarakat lebih memilih untuk menggadaikan daripada menitipkan melalui jasa titipan karena dengan menggadaikan barang yang dimiliki, di samping menitipkan barang, juga akan sekaligus mendapatkan uang pinjaman;
- b. Masyarakat masih banyak yang kurang peduli terhadap kualitas atau keaslian barang (emas/berlian) yang dimiliki.

Jasa Taksiran adalah pemberian pelayanan kepada masyarakat yang ingin mengetahui seberapa besar nilai sesungguhnya dari barang yang dimiliki, seperti emas, berlian, batu permata, dan lain-lain. Dalam kaitan dengan jasa penaksiran ini Perum Pegadaian kerap diminta oleh Bank Indonesia, Bea Cukai dan Kepolisian untuk melakukan penaksiran.

D. Pegadaian Properti dan jasa Usaha Sewa Gedung;

Perum Pegadaian juga menyediakan jasa sewa gedung, antara lain, Gedung Langen Palikrama, Gedung Serba Guna, Kenari Baru dan Harco Pasar Baru. Untuk mengoptimalkan asset yang kurang produktif, perusahaan membangun gedung untuk disewakan, baik dengan pembiayaan dan dikelola sendiri, seperti, Langen Palikrama di Kantor Pusat dan beberapa Kantor Wilayah, ruko di Tanjung Priok, ruko di Balikpapan dan Pertokoan Harco Indah Plaza di Pasar Baru. Ataupun bekerjasama dengan pihak ketiga dengan Sistem Bangun,

⁵² *Ibid.*

Kelola, dan Alih (*Build, Operate and Transfer / BOT*)⁵³ dan Kerjasama Operasi (KSO), antara lain, pertokoan elektronik Kenari Baru salemba dan Cimahi.⁵⁴

E. Jasa Lelang

Perum Pegadaian juga menyediakan jasa lelang yaitu menyelenggarakan penjualan di muka umum secara lelang sesuai ketentuan hukum yang berlaku. Jasa Lelang Perum Pegadaian melalui satu anak perusahaan PT Balai Lelang Artha Gasia.⁵⁵

F. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan;

Program Kemitraan ini memberikan pinjaman modal kerja dengan bunga rendah serta bantuan hibah untuk meningkatkan kemampuan manajerial, produksi dan pemasaran hasil produksi pengusaha kecil dan koperasi di sekitar lokasi Perum Pegadaian sesuai dengan jumlah maksimum yang ditetapkan SK Menteri BUMN No. Kep. 236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003. Program ini disalurkan antara lain untuk pembangunan rumah ibadah, fasilitas umum, sarana dan prasarana lingkungan, sarana kesehatan bagi masyarakat di sekitar lokasi Perum Pegadaian serta untuk membantu korban bencana alam.⁵⁶

⁵³ BOT adalah suatu sistem pembiayaan proyek yang lazimnya berskala besar, yang didasarkan pada kontrak antara pemilik dengan investor dengan suatu kesepakatan bahwa investor akan membangun dan mengoperasikan proyek selama jangka waktu tertentu untuk mengembalikan investasinya, dan jika perjanjian berakhir, maka pengelolaan proyek tersebut akan diserahkan kembali kepada pemilik (karena pada dasarnya tidak terjadi pengalihan hak milik). Rahmi Jened at.all, *Perjanjian BOT Untuk Sarana Infrastruktur*, Laporan Penelitian DP3M, Ditjen Dikti, 2003 (selanjutnya disebut Rahmi jened V), h. 34.

⁵⁴ Perum Pegadaian XII, *Op.Cit.*, h. 20.

⁵⁵ Perum Pegadaian II, *Op. Cit.*, h.4.

⁵⁶ *Ibid.*, h. 21.

2. Strategi Perolehan Hak dan Perlindungan HKI Perum Pegadaian

HKI, sebagaimana dikemukakan oleh Jill Mc. Keough (1997:216)⁵⁷, adalah: "*Broadly speaking, we can say that intellectual property is a generic term for the various rights or a bundles of rights which the law accords for the protection of creative effort – or more specially, for the protection of economic investment in creative effort ...*(secara luas dapat kita katakan bahwa kekayaan intelektual adalah istilah umum untuk berbagai hak atau seperangkat hak yang menurut hukum terkait dengan perlindungan upaya kreatif, atau secara lebih khusus untuk perlindungan investasi ekonomi dalam upaya kreatif tersebut)". HKI pada dasarnya melindungi kekayaan intelektual yaitu kekayaan yang lahir dari kemampuan intelektual manusia (*human intellect*), ataupun untuk menghargai investasi yang besar, baik dari sisi waktu, tenaga maupun biaya untuk menghasilkan kreasi intelektual tersebut. Bahkan yang lebih penting, HKI pada dasarnya, merupakan wujud penghargaan atas kepribadian manusia.

A. Hak Cipta

Hak Cipta diatur dalam UU No. 19/2002 Tentang Hak Cipta. Definisi hak cipta terdapat dalam Pasal 1 Ayat (1) *Juncto* Pasal 2 Ayat (1) menetapkan: "Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi pencipta atau pemegang hak cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku".

⁵⁷ Jill Mc.Keough dan Andrew Stewart , *Intellectual Property In Australia*, Sec. Edition, Butterworths, 1997, h. 216.

Tidak semua ciptaan dilindungi hak cipta. Ciptaan yang dilindungi hak cipta harus memenuhi kriteria tertentu sebagaimana diatur dalam Pasal 1 Angka 2 dan 3 UU No. 19/2002 sebagai berikut:

Pencipta adalah seorang atau beberapa orang secara bersama-sama yang atas inspirasinya melahirkan suatu Ciptaan berdasarkan **kemampuan pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang dituangkan ke dalam bentuk yang khas dan bersifat pribadi**" (Angka 2).

Ciptaan adalah hasil setiap Ciptaan Pencipta yang menunjukkan **keasliannya** dalam lapangan ilmu pengetahuan, seni, atau sastra (Angka 3).

Dalam teori hak cipta, criteria tersebut disebut sebagai standar perlindungan hak cipta (*standard of copyright's ability*), sebagaimana dikemukakan oleh: *Earl W Kintner* sebagai berikut:⁵⁸

1. *Originality: the word "originality"... or the test of "originality", is not that the work to be novel or unique. Even a work based upon something already in public domain may well be original;*
2. *creativity: Creativity as a standard of copyrightability is to great degree simply measure of originality . Although a work that merely copies exactly a prior work may be held not to be original , if the copy entails the independent creative judgment of the author in its production, that creativity will render the work original;*
3. *Fixation: A work is fixed in a tangible medium of expression when its embodiment in a copy or phonorecord by or under the authority of author, is sufficiently permanent or stable to permit to be porceived, reproduced or otherwise communicated for a period of more than transitory duration. A work consisting of sound imager or both, that are being transmitted is fixed for purpose of this title is a fixation of the work is being made simultaneously with its transmision.*

⁵⁸ Earl W. Kintner dan Jack Lahr, *An Intellectual Property Law Primer*, Clark Boardman, New York, 1983, h. 346-349. Bisa juga dirujuk pada James Lahore, *Copyright*, Butterworth, Sydey, 1977, h. 80-83.

Persyaratan utama keaslian (*originality*) tidak berarti bahwa ciptaan harus *ingenious* atau bahkan menarik. Hal yang terpenting, ciptaan tersebut tidak secara keseluruhan meniru ciptaan lain, tetapi harus berasal dari pencipta. Keaslian ciptaan tidak membutuhkan suatu kebaruan (*novelty*), tetapi dapat saja berawal dari kreasi yang sudah ada. Hal ini terlihat dalam kasus *University of London Press Ltd. v. University Tutorial Press Ltd.*,⁵⁹ hakim menyatakan bahwa kertas kerja di bidang Matematika merupakan ciptaan yang memenuhi unsur *originality*, sekalipun kertas kerja tersebut terdiri dari berbagai informasi yang sebenarnya telah disediakan ilmu pengetahuan bagi orang-orang dalam bidangnya.

Lebih lanjut mengenai keaslian dikemukakan oleh *James Lahore* yaitu:⁶⁰ “*Thus originality for the purposes of Copyright law is not originality of ideas or thought but originality in the execution of the particular form required to express such ideas or thought*”. Keaslian sebagai tujuan hukum hak cipta bukan keaslian ide atau pemikiran, tetapi keaslian dalam menuangkannya dalam suatu bentuk khusus yang disyaratkan untuk mengekspresikan ide atau pemikiran tersebut.

Dengan demikian keaslian yang diminta adalah keaslian perwujudan (ekspresi) dari ide, sehingga yang dilindungi sudah merupakan bentuk nyata suatu ciptaan, apapun media ekspresi yang digunakan sebagaimana pernyataan *Strong*:⁶¹

The province of copyright is communication. Works of art and literature are what copyright protects, no matter what the medium, and works whose purpose is convey information or

⁵⁹Jill Mc. Keough, *Op. Cit.*, h. 138.

⁶⁰James Lahore, *Op. Cit.*, h. 80-83. bandingkan dengan Earl Kintner, *Op. Cit.*, h. 346 – 349.

⁶¹ William S. Strong, *The Copyrights Book A Practical Guide*, The NIRP Press, Cambridge, 1993, h.,1.

ideas. In the words of statute, copyright protects "original work of authorship fixed in any tangible medium of expression, now known or later developed, from which they can be perceived reproduced or otherwise communicated, either directly or with the aid of machine or device.

Standar perlindungan hak cipta yang kedua bahwa harus ada pemenuhan kreativitas (*creativity*). Proses kreatif dengan mana suatu ekspresi berasal (*comes into being*) menjadi sangat relevan.⁶² Persyaratan kreativitas terkait dengan adanya kreasi intelektual pribadi artinya ciptaan dibentuk dengan cipta, karsa dan rasa manusia, bukan ciptaan di luar manusia. Kreativitas menunjukkan sebab akibat antara pencipta dengan ciptaannya.

Sedangkan persyaratan perwujudan (*fixation*) merupakan konsep bentuk material (*material form*) yang merujuk pada 'suatu ciptaan' sebagai tujuan perlindungan hak cipta. Hak cipta melindungi ekspresi dalam bentuk material, bukan ide atau informasinya. Namun demikian umumnya Negara *Civil Law System* tidak terlalu 'tegas' mensyaratkan adanya perwujudan, dalam arti, improvisasi musik seketika dilindungi hak cipta, bahkan sebelum adanya perwujudan. Namun negara *Common Law* mensyaratkan adanya perwujudan. Hal ini menyangkut dikotomi antara suatu ide dengan ekspresinya yang tidak selalu mudah untuk dideskripsikan.

Dikotomi antara ide dan ekspresi, tampak dalam kasus *Donoghue v. Allied Newspaper Ltd.*⁶³ Dalam kasus ini, si Penggugat setuju untuk diwawancarai mengenai karir balapnya oleh seorang wartawan *News of The World*. Beberapa artikel telah diterbitkan dengan judul "*Enthralling Stories of The King of Sports*".

⁶² *Ibid.*

⁶³ Jill Mc. Keough, *Op. Cit.*, h. 135.

Wartawan mendapat ijin dari surat kabarnya untuk selanjutnya menerbitkan suatu versi cerita pendek-pendek dari artikel tersebut untuk majalah lain. *Donoghue* menggugat ganti rugi atas dasar pelanggaran hak ciptanya, karena dia berasumsi bahwa dia adalah pemilik hak cipta atas cerita mengenai dirinya. Hakim *Farwell* memutuskan bahwa wartawan adalah pencipta atas ciptaan artikelnya, Penggugat hanya menyumbangkan (ide) peristiwa kehidupannya. Hakim menekankan bahwa tidak ada hak cipta bagi ide, dengan pernyataannya: ⁶⁴ “*A person may have a brilliant idea for a story, or a picture..., but... the protection which is the result of the communication of the idea ... is the copyright of the person who has clothed the idea in form...*”.

Berdasarkan hasil penelitian di Perum Pegadaian, ada beberapa kreasi intelektual yang dapat dilindungi Hak Cipta, antara lain:

- a. *Company Profile*;
- b. Majalah Internal Warta Pegadaian;
- c. Buku Logam Perhiasan karya A. Kadarno yang diterbitkan Kantor Pusat Perum Pegadaian Jakarta pada tahun 1994 ;
- d. Buku Keterangan Tabel Taksiran Berlian yang diterbitkan oleh Direktorat Operasi dan Pengembangan Kantor Pusat Perum Pegadaian Jakarta pada tahun 1997;
- e. Buku Tabel Taksiran Berlian yang diterbitkan oleh Direktorat Pengembangan Usaha Kantor Pusat Perum Pegadaian Jakarta pada tahun 2009 ;
- f. Prosedur Operasional Standar (Standart Operasional Procedure - SOP), Lazimnya SOP ini sudah dibukukan dan memiliki isi (*content*) sebagai berikut:
 - I. Pendahuluan berisi: latar belakang, Pengertian dan Istilah, Kegunaan Buku Pedoman, Format buku Pedoman, Wewenang dan tata Cara Perubahan Buku Pedoman;
 - II. Organisasi dan Perlengkapan Operasional: Organisasi Pengelolaan, Uraian tugas, Perlengkapan Operasional;
 - III. Pedoman Analisis Kredit: Prinsip dasar dalam analisis Kredit, Prosedur Analisis Kredit;

⁶⁴ *Ibid.*

- IV. Siklus Layanan Pinjaman: Ketentuan Umum, Prosedur Penyaluran Pinjaman, Prosedur Pelunasan Pinjaman, Prosedur Perpanjangan Pinjaman dan Administrasi Pinjaman;
 - V. Pengelolaan Pinjaman Bermasalah : Penyitaan Barang Jaminan, Prosedur Pengajuan Klaim Asuransi, Prosedur Lelang Jaminan;
 - VI. Sistem dan Prosedur Keuangan: Treasuri dan Akuntansi;
 - VII. Sistem Pelaporan Aktivitas: Pelaporan Kantor Cabang, Pelaporan Kantor Wilayah;
 - VIII. Pengendalian: Pengendalian dari Manajer Cabang, Pengendalian Kantor Wilayah, Pengendalian Kantor Pusat;
 - IX. Selain itu buku SOP memuat juga bagan alir (*flowchart*) dan berbagai rumus perhitungan serta berbagai macam table, seperti Tabel Tariff Sewa Modal, Tabel Pinjaman Gadai Gabah Kering Giling (GKG) dan *flowchart* SOP dan semua formulir yang menjadi lampiran SOP, termasuk rumus-rumus perhitungan, seperti, rumus penetapan besarnya angsuran, penetapan besarnya pelunasan sekaligus, pelunasan sekaligus dimasa angsuran, pelunasan kredit macet dan lain-lain.
- g. Situs Internet: www.pegadaian.co.id dan <http://bsc.pegadaian>;
 - h. Seni Logo pegadaian berwarna hijau dan hitam (sudah didaftarkan Ciptaannya dengan Surat Pendaftaran Ciptaan yang terbit 23 Desember 1992 Nomor 007019 pada 19 Desember 1992);
 - i. Semua foto, rekaman video dan *script* untuk promosi dan periklanan baik cetak ataupun elektronik dari Perum Pegadaian, antara lain yang memakai bintang Dude Herlino dan Krisdayanti;
 - j. Program Komputer (*software*) yang menunjang operasional Perum Pegadaian;

Ciptaan berupa *Company Profile*, Majalah Internal Warta Pegadaian, buku, SOP, *script* untuk video rekaman promosi merupakan ciptaan yang dilindungi hak cipta berdasarkan Pasal 12 Ayat (1) Huruf a. Demikian juga Situs www.pegadaian.co.id dan <http://bsc.pegadaian> merupakan ciptaan perwajahan karya tulis dan Program komputer (*software*)⁶⁵ merupakan ciptaan yang

⁶⁵ Menurut Pasal 1 Angka 8 UU No. 19/2002 bahwa: "Program Komputer⁵⁸ adalah sekumpulan instruksi yang diwujudkan dalam bentuk bahasa, kode, skema, ataupun bentuk lain, yang apabila digabungkan dengan media yang dapat dibaca dengan komputer akan mampu membuat komputer bekerja untuk melakukan fungsi-fungsi khusus atau untuk mencapai hasil yang

dilindungi berdasarkan Pasal 12 Ayat (1) Huruf a. Sedangkan Logo termasuk ciptaan seni gambar yang dilindungi berdasarkan Pasal 12 Ayat (1) Huruf f UU No.19/2002. Foto merupakan ciptaan yang dilindungi berdasarkan Pasal 12 Ayat (1) Huruf j. Rekaman *video* dilindungi sebagai ciptaan sinematografi berdasarkan Pasal 12 Ayat (1) Huruf k.

Pada prinsipnya sesuai filosofis *Frederich Hegel*, Pencipta harus selalu orang alami (*natural person/naturlijke persoon*), sehingga jika instansi pemerintah yang berbentuk badan hukum (*legal entity/rechts persoon*) sebagai pemberi kerja dianggap sebagai Pemegang Hak Cipta, maka hal tersebut karena adanya *presumption of transfer of exploitation right* yang dibuat melalui perjanjian, misalnya kontrak kerja.⁶⁶ Perum Pegadaian sebagai suatu perusahaan yang berbadan hukum memegang hak cipta atas semua ciptaan atau kreasi intelektual yang dibuat oleh para pegawainya, didasarkan pada ketentuan Pasal 8 Ayat (1) dan Ayat (2) UU No. 19/2002:

- (1). Jika suatu Ciptaan dibuat dalam hubungan dinas dengan pihak lain dalam lingkungan pekerjaannya, Pemegang Hak Cipta adalah pihak yang untuk dan dalam dinasnya Ciptaan itu dikerjakan, kecuali ada perjanjian lain antara kedua pihak dengan tidak mengurangi hak Pencipta apabila penggunaan Ciptaan itu diperluas sampai ke luar hubungan dinas.
- (2). Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku pula bagi Ciptaan yang dibuat pihak lain berdasarkan pesanan yang dilakukan dalam hubungan dinas.

khusus, termasuk persiapan dalam merancang instruksi-instruksi tersebut". *any expression in any language, code or notation of a set of instructions (whether with or without related information) intended either directly or after either or both of following : (1) Conversion to another language code or notion; (2) Reproduction in a different material form to cause a device having digital information processing capabilities to perform a particular function. Ibid.* Bisa juga dibaca pada Rahmi jened dkk, "Perlindungan Hak cipta atas program komputer", *Warta Advocat*, No.1/Mei 2000 (selanjutnya disebut Rahmi jened VI), h. 5.

⁶⁶ Rahmi Jened, *HKI: Penyalahgunaan Hak eksklusif*, Airlangga University Press, Surabaya, 2006 (selanjutnya disebut Rahmi jened VII), h.77.

Meski ciptaan foto dan *video* merupakan karya pesanan Perum Pegadaian kepada pihak lain, namun perlindungan hak cipta atas ciptaan tersebut sebagai karya pesanan (*comission works*) diberikan kepada si Pemesan yakni Perum Pegadaian selaku pemegang hak cipta, sebagaimana pernyataan *Lahore*:⁶⁷

where in case of an engraving, photograph or portrait, the plate or other original was ordered by some other person and was made for valuable consideration pursuance of that order, then in the absence of any agreement to the contrary, the person by whom such plate or other original was ordered should be the first owner of the copyright.

Hal yang sama nampak dalam *Boucas v. Cooke*⁶⁸ yang ditetapkan oleh hakim bahwa:⁶⁹

Where a person requests a photographer to take a photograph upon terms that person will pay for it or if there is an implied promise that he will pay, that person is the owner of the copyright in the photograph... The photograph was made or executed for or on behalf of any other person for a good or a valuable consideration.... In the absence of an express contract to the contrary, the copyright in a work which had been created for valuable in pursuance of an agreement to create it, or in the course of the employment of the author, should vest in the person giving the consideration...

Demikian halnya dengan Program komputer (*software*) Aplikasi Inti adalah karya pesanan (*commision works*) Perum Pegadaian kepada PT Telkom. Pemesanan didasarkan pada pertimbangan yang bernilai (*valuable consideration*) bahwa aplikasi inti tersebut terkait dengan *core business* Perum Pegadaian. Selain itu harus dicermati basis data dan informasi untuk pembuatan program komputer (*software*) tersebut adalah ciptaan yang dilindungi hak cipta (*copyrighted*)

⁶⁷ James Lahore, *Op.Cit.*, h.132.

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ Rahmi Jened II, *Loc.Cit.*

materials) milik Perum Pegadaian, seperti *brochure*, SOP, *Term of Reference (TOR)* serta informasi tertulis lainnya. Dengan demikian *source code* dan *object code* tidak lain merupakan terjemahan dari instruksi pesanan Perum Pegadaian,⁷⁰ sebagaimana yang terjadi dalam kasus *John Richardson Computers Ltd v. Flanderss and Chemtex Ltd.*⁷¹

A great many software houses employ independent contractors to supply supplement their in house development team, software house has paid money under an agreement for supplying computer code which is necessary for its completeness, it is highly likely the software house will be the owner in equity of the copyright in the work produced and should be entitled to have the right assigned to them. In rationale will also apply in other circumstances where the computer software is commissioned by third party...Such a rationale may have far reaching implication in an industry where ... the commissioning agreement is silent to ownership.

Perjanjian pemesanan antara Perum Pegadaian dan pihak mitra didasarkan pada pertimbangan yang bernilai (*valuable consideration*) tersebut di atas. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa: "*An agreement for valuable consideration, rather than a commission for money or money's worth, appears to be a requirement that the consideration, although it need not be adequate, must be real or capable of having some value attributed to it in the eye of the law*".⁷²

Perum Pegadaian sebagai suatu perusahaan yang *professional* semua aktivitas perusahaan, apalagi yang terkait dengan produk sebagai kreasi intelektual yang tergolong ciptaan tersebut di atas, seyogianya didaftarkan sebagai ciptaan. Meskipun perlindungan Hak Cipta bersifat otomatis (*automatic*

⁷⁰Brian Bandey, *International Copyright in Computer Program Technology*, CLT Professional, Birmingham, UK, 1996,124-5.

⁷¹ *Ibid.*

⁷² *Ibid.*

protection), namun Surat Pendaftaran Ciptaan sangat diperlukan untuk penyediaan bukti awal hak cipta. Pendaftaran ciptaan adalah persyaratan untuk menetapkan adanya gugatan atas pelanggaran. Pendaftaran juga merupakan persyaratan untuk memperoleh ganti rugi. Surat pendaftaran ciptaan (petikannya) menetapkan bukti awal (*prima facie*) bagi si pencipta akan keabsahan hak ciptanya. Akhirnya pendaftaran dibutuhkan untuk peralihan kepemilikan untuk memberikan pengumuman bagi pihak ketiga

akan adanya peralihan kepentingan. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh *Holmes* bahwa:⁷³

While registration is not mandatory, it is highly desirable for a number important reasons. Registration of the copyright is a statutory prerequisite to instituting an infringement action. It is also a prerequisite to recovering special statutory damages..... In addition, a certificate of registration constitutes "prima facie" evidence of the validity of the copyright. Finally, registration is necessary for a transfer of ownership...

Pendaftaran tidak merupakan keharusan karena tanpa didaftarkan hak cipta telah ada, diakui dan dilindungi. Pasal 36 UU No. 19/2002 menetapkan: "Pendaftaran ciptaan dalam Daftar Umum Ciptaan tidak mengandung arti sebagai pengesahan atas isi, arti, maksud, atau bentuk dari ciptaan yang di daftar." Ciptaan yang tidak didaftar tetap diakui dan dilindungi, namun tidak dapat diragukan sangat sulit pembuktiannya. Untuk itu seyogianya segala alat bukti dapat didayagunakan Pencipta untuk membuktikan keabsahan haknya.

⁷³ William C. Holmes, *Intellectual Property and Antitrust Law*, Clark Boardman, New York, 1983, h. 134.

Perlindungan hak cipta atas ciptaan tersebut yang dipegang oleh Perum Pegadaian sebagai badan hukum berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak pertama kali ciptaan diumumkan (Pasal 30 Ayat (3) UU No. 19/2002). Perum Pegadaian sebagai pemegang hak cipta memiliki hak eksklusif (*exclusive rights*) yang berdimensi hak ekonomi (*economic right*) dan hak moral (*moral right*). Hak ekonomi diatur dalam Pasal 2 UU No. 19/2002 yang menentukan sebagai berikut:

- (1) Hak cipta merupakan hak eksklusif bagi pencipta atau pemegang hak cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pencipta atau pemegang hak cipta atas ciptaan sinematografi dan program komputer memiliki hak untuk memberikan izin atau melarang orang lain yang tanpa persetujuannya menyewakan ciptaan tersebut untuk kepentingan yang bersifat komersial.

Sedangkan hak moral diatur dalam Pasal 24 UU No. 19/2002 sebagai berikut:

- (1) Pencipta atau ahli warisnya berhak menuntut pemegang hak cipta supaya nama pencipta tetap dicantumkan dalam ciptaannya.
- (2) Suatu ciptaan tidak boleh diubah, walaupun hak ciptanya telah diserahkan kepada pihak lain, kecuali dengan persetujuan pencipta atau dengan persetujuan ahli warisnya dalam hal pencipta telah meninggal dunia.
- (3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) berlaku juga terhadap perubahan judul dan anak judul ciptaan, pencantuman dan perubahan nama atau nama samaran pencipta
- (4) Pencipta tetap berhak mengadakan perubahan pada ciptaannya sesuai dengan kepatutan dalam masyarakat.

Hak eksklusif tersebut dapat dieksploitasi dengan cara melaksanakan (*to execute*) pengumuman dan/atau perbanyak ciptaan, atau memberi lisensi (*to licence*) bagi pihak lain, atau mengalihkan hak (*to assign*) pada pihak lain untuk melakukan pengumuman dan/atau perbanyak ciptaan.

B. Hak Kekayaan Industri

a. Paten

UU No. 14/2001 Tentang Paten yang dalam Pasal 1 Angka 1 menetapkan bahwa: "Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya". Sedangkan invensi⁷⁴ diartikan sebagai: "Ide⁷⁵ inventor yang dituangkan ke dalam suatu kegiatan pemecahan masalah spesifik di bidang teknologi dapat berupa produk atau proses, atau penyempurnaan dan pengembangan produk atau proses" (Pasal 1 Angka 2 UU No.14/2001). Invensi disini lebih menyetengahkan unsur kreativitas intelektual manusia, kreasi tambahan (*artificial creation*) yang timbul atau dipacu oleh kebutuhan untuk memecahkan masalah teknis tertentu.⁷⁶

Hak paten timbul berdasarkan pendaftaran (*first to file system*/stelsel Konstitutif) dengan memenuhi persyaratan paten sebagaimana diatur dalam Pasal 2 UU No. 14/2001 yang menentukan: "Paten diberikan untuk invensi yang baru dan mengandung langkah inventif serta dapat diterapkan dalam industri". Ketentuan tersebut menyangkut *patentability* yang bersifat jelajah dunia (*world wide*) yang mencakup.⁷⁷

⁷⁴ Sebaliknya *discovery* berbeda dengan *Invention* sebagai penemuan yang bukan sebagai hasil kreasi sekalipun kreativitas telah dilakukan untuk membuka (*reveal*) informasi atau sesuatu yang tersedia di alam.

⁷⁵ Hal ini berbeda dengan Hak Cipta yang tidak melindungi ide, tetapi melindungi ekspresi dari ide.

⁷⁶ Rahmi jened III, *Op.Cit.*, h. 117.

⁷⁷ *Ibid.*, h. 116.

1. *Novelty* (kebaruan);
2. *Inventive step* (langkah inventif);
3. *Industrial application* (dapat diterapkan secara industri).

Selanjutnya dalam UU No. 14/2001, syarat kebaruan (*novelty*) diatur lebih lanjut dalam Pasal 3 dan 4 sebagai berikut:

Pasal 3

- (1) Suatu invensi dianggap baru jika pada Tanggal Penerimaan, invensi tersebut tidak sama dengan teknologi yang diungkapkan sebelumnya.
- (2) Teknologi yang diungkapkan sebelumnya, sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah teknologi yang telah diumumkan di Indonesia atau di luar Indonesia dalam suatu tulisan, uraian lisan atau melalui peragaan, atau dengan cara lain yang memungkinkan seorang ahli untuk melaksanakan invensi tersebut sebelum:
 - a. Tanggal Penerimaan; atau
 - b. Tanggal Prioritas.
- (3) Teknologi yang diungkapkan sebelumnya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mencakup dokumen Permohonan yang diajukan di Indonesia yang dipublikasikan pada atau setelah Tanggal Penerimaan yang pemeriksaan substantifnya sedang dilakukan, tetapi Tanggal Penerimaan tersebut lebih awal daripada Tanggal Penerimaan atau tanggal prioritas Permohonan.

Pasal 4

- (1) Suatu invensi tidak dianggap telah diumumkan jika dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan sebelum Tanggal Penerimaan:
 - a. invensi tersebut telah dipertunjukkan dalam suatu pameran internasional di Indonesia atau di luar negeri yang resmi atau diakui sebagai resmi atau dalam suatu pameran nasional di Indonesia yang resmi atau diakui sebagai resmi;

b. invensi tersebut telah digunakan di Indonesia oleh inventornya dalam rangka percobaan dengan tujuan penelitian dan pengembangan.

- (2) Invensi juga tidak dianggap telah diumumkan apabila dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan sebelum Tanggal Penerimaan, ternyata ada pihak lain yang mengumumkan dengan cara melanggar kewajiban untuk menjaga kerahasiaan invensi tersebut.

Hukum mensyaratkan bahwa invensi yang diberikan paten harus baru (*novel*). Dalam arti, pemohon paten harus memberikan kontribusi untuk sesuatu yang baru bagi masyarakat.⁷⁸

Pada dasarnya *novelty* dapat dinilai dari dua aspek yakni.⁷⁹

- a. dari sisi teknologinya;
- b. dari tenggang waktu pendaftarannya setelah adanya pengungkapan;

Novelty dilihat dari sisi teknologinya bahwa invensi harus bukan merupakan bagian dari teknologi yang telah diungkap sebelumnya yang disebut *prior art* atau *state of the art* sebagai pembanding. Sedangkan *prior art* atau *state of the art*⁸⁰ diartikan sebagai: “*the invention not be abandoned, suppressed or concealed*”. *Prior art* meliputi semua pengetahuan yang tersedia dalam masyarakat baik berupa penggambaran (*description*) baik tertulis maupun lisan (*written or oral*), penggunaan (*use*) baik berupa pameran (*exhibition*), penjualan (*sales*) atau penawaran (*offer*), atau cara-cara lain melalui rekaman video

⁷⁸ Donald S. Chisum and F. Scott Kieff, *Cases and Material Principle of Patent Law*, Third Edition, Thomson, Foundation Press, New York, 2004, h. 324. Dapat juga dirujuk pada Harold C. Wagner, *Patent Harmonization*, Sweet & Maxwell, London, 1993, h.34-37. Bisa juga dirujuk pada Australian Government, “The Economics of Patent”, Bureau of Industry Economics, 1997, 4. Takaharu Hibino, “Patent Strategy for the 21st Century”, *ToT for Practitioners*, AOTS_JIII, Japan, Februari 2003, h.3.

⁷⁹ Rahmi Jened, *Diktat Hukum Paten*, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, 2000 (selanjutnya disebut Rahmi Jened VIII), h. 32.

⁸⁰ Section 102 U.S. Patent Act.

(*recording on video*) atau rekaman suara (*sound carrier*) atau melalui internet. *Prior art* dapat berupa produk, proses, informasi tentang invensi atau yang terkait dengan invensi yang tersedia pada masyarakat.

Publikasi dokumen secara *world wide* merupakan antisipasi *prior art* atas invensi yang dapat menggugurkan nilai *novelty*. Artinya jika seseorang mengajukan Paten atas invensinya, sepanjang tidak ada publikasi dokumentasi di dunia yang dapat dijadikan *prior art* untuk mengantisipasi invensinya, maka invensinya memenuhi unsur kebaruan (*novelty*). Sedangkan antisipasi atas penggunaan hanya berlaku dalam wilayah Negara yang bersangkutan. Artinya, sepanjang tidak ada orang lain yang menggunakan invensi yang sama di negaranya (walau di Negara lain mungkin sudah ada), maka invensinya tetap dianggap memenuhi unsur *novelty*.⁸¹ Hal ini terkait dengan kebijakan Negara bahwa paten merupakan salah satu alat untuk memajukan dan meningkatkan industrialisasi.

Sedangkan *novelty* yang dilihat dari jangka waktu (*grace period*) bahwa tanggal penerimaan permohonan pendaftaran (*filing date*) paten tidak melebihi 6 (enam) bulan dari pengungkapan invensi yang bersangkutan. *Grace period* ditentukan oleh materi yang dipublikasikan oleh pemohon paten yang dapat ditemukan dalam berbagai sistem. *Grace period* pada dasarnya merupakan penerapan unsur *equity* karena di satu sisi, paten melindungi dan memberikan *incentive* atau *reward* bagi inventor yang telah mengorbankan waktu, biaya dan energi untuk menyimpan informasi (sebelum didaftarkan) sementara waktu atas

⁸¹ Cornish, *Op.Cit.*, h. 178. Bisa juga dirujuk pada Ronald B. Hildreth, *Op.Cit.*, h. 35.

invensinya yang dapat diberikan paten. Di sisi lain, ada kepentingan pihak lain untuk mengandalkan bukti teknologi umum essential setelah jangka waktu *grace period* berakhir⁸² untuk mengembangkan teknologi tersebut lebih lanjut dan kepentingan Negara untuk memajukan industri dalam negeri.

Hal ini berarti secara hukum seorang pemohon paten akan dianggap invensinya tidak memenuhi syarat *novelty*, jika dirinya sendiri atau pihak lain menjual, menawarkan untuk jual, menggunakan secara umum invensinya atau menggambarkan dalam publikasi tercetak klaim dari invensi lebih dari 6 (enam) bulan sebelum *filing date* dari permohonan paten.⁸³ Dalam hal ini tidak ada perbedaan, apakah *prior art* tersebut dipublikasikan oleh inventor sendiri atau orang lain yang tidak terkait dengan inventor. Jika *prior art* tersedia oleh inventor, maka secara teoritis inventor akan diindungi dan tidak dirugikan dalam arti dapat menunda pendaftaran Paten sampai invensinya secara komersial dapat diterapkan. Namun dalam praktek, lazimnya inventor yang berniat mendaftarkan invensinya akan berisiko jika menunda pendaftaran, kecuali yang bersangkutan tidak melihat adanya bahaya dari publikasi atau pendaftaran paten oleh pihak lain yang dapat mengantisipasi invensinya sebagai *prior art*.

⁸² Kieff. *Op.Cit.*, h.524. Di Amerika dikenal *critical date* sebagai *either verifiable date of invention, or one year before the application's filing date, depending upon whether the invention is being analyzed for application or bar. The effective date is the date the piece of prior art is allowed to count as prior art* (tanggal kritis adalah baik tanggal verifikasi invensi maupun satu tahun sebelum peroleh *filing date*, tergantung pada apakah invensi sedang dianalisis atau . Tanggal efektif adalah tanggal bagian dari *prior art* yang diperbolehkan untuk dihitung sebagai *prior art*). Bisa juga dirujuk pada Ronald B. Hildreth, *Patent Law: A Practitioners Guide*, Practising Law Institute, New York, 1993, h. 35-39.

⁸³ *Grace period* ini sangat penting diperhatikan dalam *first to file system*, bahkan meski Amerika menganut *first to invent system* pengungkapan dalam tenggat waktu tersebut mengakibatkan lunturnya nilai *novelty*. Dahulu jangka waktu ini berlangsung selama 12 (dua belas) bulan, namun mengingat perkembangan teknologi yang sangat pesat jangka waktu tersebut dalam banyak perundang-undangan negara ditetapkan menjadi 6 (enam) bulan.

Persyaratan kedua yakni langkah inventive (*inventive step*) terdapat dalam Pasal 2 Ayat (1) dan (2) UU No.14/2001 :⁸⁴

- (1) Suatu invensi mengandung langkah inventif jika invensi tersebut bagi seseorang yang mempunyai keahlian tertentu di bidang teknik merupakan hal yang tidak dapat diduga sebelumnya.
- (2) Penilaian bahwa suatu invensi merupakan hal yang tidak dapat diduga sebelumnya harus dilakukan dengan memperhatikan keahlian yang ada pada saat Permohonan diajukan atau yang telah ada pada saat diajukan permohonan pertama dalam hal Permohonan itu diajukan dengan Hak Prioritas.

Langkah inventif disini berarti uji *non obviousness* bahwa “invensi bukan sesuatu yang dapat diduga (*obvious*) bagi seseorang yang memiliki keahlian biasa dibidang teknik (*a person of ordinary skill in the art* atau *ordinary person having ordinary skill of the art -PHOSITA*)”. Dengan situasi demikian, penilaian ini didasarkan pada perbandingan secara *mosaic* artinya tidak didasarkan pada referensi satu *prior art* saja (*not single prior art reference*). Jadi meski invensi itu memenuhi syarat *novelty*, namun mungkin saja gagal untuk memenuhi persyaratan undang-undang jika secara signifikan tidak berbeda dengan *prior art*. Perbedaan invensi yang diminta tidak harus lebih baik dari *prior art* sebagaimana dikatakan Hakim Giles Rich:⁸⁵ “...Eventhough their inventions are not as good as what already exists, such as inventors are not being rewarded for standing still or

⁸⁴ Ketentuan ini senada dengan Article 56 EPC menentukan: *An invention shall be considered as involving an inventive step, having regard to the state of the art, it is not obvious to a person skilled in the art. If the state of the art also includes document within the meaning of Article 54 paragraph 3, these documents are not to be considered in deciding whether there has been an inventive step* (Artinya: suatu invensi harus dianggap mengandung langkah inventif terkait dengan teknologi yang telah diungkap sebelumnya, jika hal itu merupakan sesuatu yang tidak dapat diduga bagi seorang yang memiliki keahlian biasa di bidang teknik penemuan. Jika teknologi yang diungkap mengandung dokumen yang disebut dalam Pasal 54, maka dokumen ini tidak dapat dipertimbangkan dalam penentuan ada atau tidaknya langkah inventif).

⁸⁵ Donald S. Chisum and F. Scott Kieff, *Op.Cit.*, h. 328.

for retrogressing, but for having invented something The system is not concerned with the individual inventor's progress but only with what is happening to technology...."

POSHITA sebagai *relevant yardstick* yakni seorang ahli yang bekerja dibidang teknik invensi yang memiliki keahlian dan pengetahuan rata-rata (*average*), namun tetap memonitor area teknik yang terkait. Di Indonesia tidak ada penjelasan lebih lanjut dalam hal ini, padahal persyaratan ini yang paling sulit ditentukan dan agak sedikit bersifat subjektif. Penerapan persyaratan tentu harus melihat dari tujuan hukum yang ada yakni keadilan atau kepastian. Dalam praktek di Negara Eropa uji langkah inventif ditentukan dalam beberapa hal:⁸⁶

- a. *problem-solution approach* ;
- b. *starting point for consideration: the closest prior art*;
- c. *could - would test as reasonable expectation of success*.

Dalam praktek di Amerika, penilaian *obviousness* ini bertitiktolak dari *prior art* sebagai rujukan dari setiap elemen dari klaim atas invensi yang diajukan paten, ditambah dengan kemampuan invensi yang memungkinkan orang lain, khususnya *PHOSITA* untuk mampu melakukan hal yang sama (*enablement*). Pemenuhan langkah inventif adalah dengan melakukan perbandingan dengan dua atau lebih *prior art* atas beberapa informasi teknik, ditambah fakta tambahan bahwa invensi menunjukkan pembelajaran (*teaching*), motivasi (*motivation*), atau harapan (*suggestion*) disebut "TMS" dan kombinasi referensi harapan pencapaian

⁸⁶ Dres.h.c. Josef Strauss, "Europeant Patent", Bahan Ajar pada Pelatihan dalam Rangka Kerjasama Masyarakat Uni Eropa dan Asia di Bidang Hak Kekayaan Intelektual (European Community and ASEAN Intellectual Property Rights Co-operation Programme - ECAP II), European Patent Office (EPO) bekerjasama dengan Max Planck Institute, Jerman, Nopember, 2005 (selanjtnya disebut Josef Strauss I), h.37-52.

untuk sukses (*reasonable expectation of success* atau “RES”). Bahkan dalam penerapannya, ada pertimbangan lebih lanjut bahwa invensi harus mencapai keberhasilan secara ekonomi (*commercial success*) atau adanya kebutuhan lebih lanjut dari pemecahan masalah yang ditawarkan invensi (*long felt need*),⁸⁷ misalnya, pada zaman dahulu dikenal cara untuk mengikat kunci dalam satu ikatan sederhana untuk mencegah orang seringkali lupa meletakkan kunci, kemudian seorang inventor membuat ikatan kunci dari berbagai bahan dengan berbagai cara pengikatan. Kieff secara bercanda menyatakan bahwa: “PHOSITA adalah seorang yang cukup pandai untuk menilai suatu invensi *non obvious*, namun pada saat yang bersamaan cukup bodoh untuk menilai *novelty*”.⁸⁸

Pasal 5 UU No. 14/2001 menetapkan: ” Suatu invensi dapat diterapkan dalam industri jika invensi tersebut dapat dilaksanakan dalam industri sebagaimana yang diuraikan dalam permohonan”. Pedoman terbaru mensyaratkan pemeriksa paten untuk memeriksa kembali klaim dan deskripsi tertulis yang mendukung klaim *industrially applicable* jika selama waktu saat pemeriksaan klaim dalam invensi telah menetapkan *utility* yang berarti⁸⁹ :”*A person of ordinary skill in the art would immediately appreciate why the invention is useful based on the characteristics of the invention and the utility is specific, substantial and credible*”.

⁸⁷ Kieff II, *Loc.Cit.* Bisa juga dirujuk pada Ronald B. Hildreth, *Op.Cit.*, h. 4. Rujukan lebih lanjut Bruce Hambrug, *1984-1985 Paten Law Handbook*, Clark Boardman, New York, 1984, h. 45.

⁸⁸ *Ibid.*

⁸⁹ *Ibid.*, h.751-752. Bisa juga dirujuk pada Jill Mc. Keough I, *Op.Cit.*, h. 303-305 dan juga Jill Mc. Keough at all, *Intellectual Property Commentary and Materials*, Lawbook, Australia, 2002 (selanjutnya disebut Jill Mc. Keough II) h. 312-314.

Selain itu juga harus diperhatikan adanya pengungkapan yang jelas dan lengkap invensi yang dimintakan paten (*clear and complete disclosure*) sebagai persyaratan Paten lain, yang sayangnya persyaratan ini tidak nampak secara eksplisit dalam UU No.14/2001. Persyaratan tersebut dinyatakan sebagai pengungkapan yang cukup (*sufficient disclosure*) sebagaimana ditentukan oleh *Article 29 TRIPs* sebagai berikut:

Members shall require that an applicant for a patent shall disclose the invention in a manner sufficiently , clear and complete for the invention to be carried out by a person skilled in the art and may require the applicant to indicate the best mode carrying out the invention known to the inventor at the filing date or, where the priority is claimed, at the priority date of the application

Selanjutnya Pasal 7 UU No.14/2001 menetapkan :

Paten tidak dapat diberikan untuk invensi tentang:

- a. proses atau produk yang pengumuman dan penggunaan atau pelaksanaannya bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, ketertiban umum, atau kesusilaan;
- b. metode pemeriksaan, perawatan, pengobatan dan/atau pembedahan yang diterapkan terhadap manusia dan/atau hewan;
- c. teori dan metode di bidang ilmu pengetahuan dan matematika; atau
- d.
 - i. semua makhluk hidup, kecuali jasad renik;
 - ii. proses biologis yang esensial untuk memproduksi tanaman atau hewan, kecuali proses non-biologis atau proses mikrobiologis.

Pada prinsipnya semua teknologi dapat dipatenkan, kecuali yang diatur dalam Pasal 7 tersebut di atas. Hal ini mengingat sangat sulit untuk memberikan batasan dengan suatu definisi hukum tentang konsepsi invensi yang dapat ataupun tidak dapat diberikan Paten. Oleh karena itu rumusan dielaborasi dengan

memberikan batasan untuk invensi yang tidak dapat diberikan Paten (dirumuskan secara *a-contrario*). Dilema utama karena fakta yang ada bahwa perlindungan paten tersedia untuk semua cabang dari ilmu pengetahuan yang terkait dengan teknologi dan definisi ini juga untuk mengantisipasi manakala ada invensi yang baru yang dikenal dikemudian hari. Definisi ini juga membantu menetapkan keabsahan perolehan hak (*eligibility*) dari perlindungan paten.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, kreasi intelektual dari Perum Pegadaian yang berpotensi paten dan untuk itu seyogianya didaftarkan adalah:

- a. Aplikasi Inti Perum Pegadaian sebagai satu kesatuan invensi yang terkait dengan sistem komputerisasi program operasional dan program aktivitas Perum Pegadaian;
- b. Metode bisnis (*business method*) yang terkait dengan sistem keuangan dan pembiayaan dengan sistem gadai dan fidusia;
- c. Teknologi tepat guna untuk pemisah gabah (yang diterapkan pada Kredit Tunda Jual Gabah);
- d. Produk Perum Pegadaian lain yang dapat dibangun dengan cara kerjasama dengan nasabahnya.

Aplikasi inti Perum Pegadaian yang dibuat dalam rangka komputerisasi Perum Pegadaian merupakan satu kesatuan invensi yang dibangun dengan basis SOP. Meskipun untuk membangun aplikasi inti tersebut dilakukan dengan penunjukkan PT Persero Telekomunikasi Indonesia (PT TELKOM), namun dimungkinkan aplikasi inti tersebut didaftarkan patennya.

Selain itu setiap bagian dari proses jasa keuangan dan / atau sistem pendukungnya, termasuk produk Perum Pegadaian dapat didaftarkan sebagai

paten atas metode bisnis (*business method*),⁹⁰ misalnya, sistem otomatisasi perusahaan yang terkait dengan gadai dan fidusia sebagai *core business* Perum Pegadaian, metode untuk perlindungan keamanan transmisi data, *bar codes* dan lain-lain. Bahkan jika bisnis sekuritisasi dan gadai saham dikembangkan lebih lanjut dapat berupa invensi proses pelelangan obligasi dan saham (*a bond and share auction process*).⁹¹

Di samping itu ada potensi untuk pendaftaran paten sederhana atas teknologi tepat guna untuk pemisah gabah yang dikembangkan oleh ketua/ Petani Agen Kredit Tunda Jual Gabah (KTJG) di beberapa kabupaten di Jawa Barat, seperti, di Garut dan Indramayu.⁹³

Apabila suatu permohonan Paten *digranted* oleh Negara, maka berdasarkan Pasal 12 UU No. 14/2001, Perum Pegadaian dapat menjadi subyek pemegang hak atas segala invensi yang dihasilkan dalam rangka hubungan kerjanya, kecuali diperjanjikan lain. Selanjutnya sebagai pemegang hak paten, Perum Pegadaian memiliki hak eksklusif sebagaimana diatur dalam Pasal 16 UU No. 14/2001:

⁹⁰ Terkait dengan suatu sistem dan metode untuk memungkinkan investor untuk menghimpun portofolio investasi yang seragam, termasuk instrument investasi dari berbagai saham *fractional* atau suatu system untuk memfasilitasi perdagangan produk dan jasa antar Negara melalui sistem pembayaran *letter of credit (L/C)* antar Negara ⁸⁴<http://www.shearman.com/ip-and-technology-litigation-financial-services> "Shearman & Sterling, Intellectual Property and Technology Litigation", diakses 21 April 2010, h. 1-3

⁹¹ *Ibid.* Bisa juga dibaca pada Chris Morton, "Business-Method Patents: of Questionable Validity? Amazon.com Inc. v. Barnesandnoble.com.Inc., 239 F.3d 1343 (Fed.Cir.2001)", *Computer Law Review and Technology Journal Vol VI, h. 321-322* diakses pada 18 Mei 2010 tentang gugatan Amazon.Com Inc sebagai Pemilik/ Pemegang Paten untuk *Amazon.com's one-click-purchase patent*.

⁹³ Wawancara dengan Bapak H. Yasin sebagai Agen Kredit Tunda Jual Gabah, Garut, 24 November 2009. Persyaratan untuk menjadi agen KTJG: (1). memiliki sertifikat hak atas tanah sebagai jaminan; (2). memiliki lahan yang cukup untuk lumbung dan tempat pengering gabah; dan (3). memiliki mesin giling.

- (1) Pemegang paten memiliki hak eksklusif untuk melaksanakan paten yang dimilikinya dan melarang pihak lain yang tanpa persetujuannya;
 - a. dalam hal paten-produk: membuat, menggunakan, menjual, mengimpor, menyewakan, menyerahkan, atau menyediakan untuk dijual atau disewakan atau diserahkan produk yang diberi paten;
 - b. dalam hal paten-proses: menggunakan proses produksi yang diberi paten untuk membuat barang dan tindakan lainnya sebagaimana dimaksud dalam huruf a.
- (2) Dalam hal paten-proses, larangan terhadap pihak lain yang tanpa persetujuannya melakukan impor sebagaimana dimaksud pada ayat (1) hanya berlaku terhadap impor produk yang semata-mata dihasilkan dari penggunaan paten-proses yang dimilikinya.
- (3) Dikecualikan dari ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) apabila pemakaian paten tersebut untuk kepentingan pendidikan, penelitian, percobaan, atau analisis sepanjang tidak merugikan kepentingan yang wajar dari pemegang paten.

Berdasarkan hak eksklusifnya, pemilik paten memiliki hak monopoli secara terbatas untuk mengecualikan dan mencegah pihak lain dari segala tindakan yang termasuk lingkup hak eksklusifnya, sebagaimana diatur dalam Pasal 16 UU No. 14/2001. Hak ini berdimensi Hak Ekonomi (*economic right*) untuk menikmati manfaat finansial dalam pengeksplotasian haknya, baik yang dilaksanakan sendiri, atau yang dilaksanakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian lisensi (*licensing agreement*) atau melalui tindakan peralihan hak (*assignment*). Sedangkan dimensi Hak Moral (*moral right*) bahwa nama inventor perorangan tetap harus dicantumkan, meskipun paten dipegang oleh perusahaan yakni Perum Pegadaian.

b. Hak Varitas Tanaman

Potensi HKI lainnya, khusus hak varietas tanaman, dapat diberikan kepada Perum Pegadaian adalah untuk perlindungan produk pertanian dan perkebunan yang memperoleh skema pendanaan Kredit Tani Jual Gabah (KTJG) dan produk Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL),⁹³ terutama jika aktivitas tersebut sampai pada kegiatan penelitian dan pengembangan (*research and development/R&D*) untuk menghasilkan bibit unggul.

Hak varitas tanaman sebagaimana diatur dalam UU No. 29/2000 Tentang Perlindungan Varitas Tanaman diperoleh melalui *first to file system* dengan pemenuhan persyaratan sebagaimana diatur dalam Pasal 2 yang menentukan bahwa:” Varietas yang dapat diberi PVT meliputi varietas dari jenis atau spesies tanaman yang (1) baru, (2) unik, (3) seragam, (4) stabil, dan (5) diberi nama“. Selanjutnya dinyatakan bahwa suatu varietas dianggap baru, apabila pada saat penerimaan permohonan hak PVT, bahan perbanyakan atau hasil panen dari varietas tersebut belum pernah diperdagangkan di Indonesia atau sudah diperdagangkan, tetapi dengan *grace period* tidak lebih dari 1 (satu) tahun, atau telah diperdagangkan di luar negeri, tetapi tidak lebih dari empat tahun untuk tanaman semusim dan 6 (enam) tahun untuk tanaman tahunan. Berdasarkan definisi tersebut, terlihat persyaratan ini terkait dengan ada atau tidak adanya tindakan komersialisasi dari tanaman yang dimintakan pendaftaran atau yang disebut *commercially novelty*. Hal ini tidak terkait dengan apakah sudah ada *prior art* yang dibuat oleh pihak ketiga yang mungkin sama dalam segala hal dengan varitas tanaman yang didaftarkan. Dengan demikian uji dari *novelty* dalam

⁹³ Wawancara dengan Holilul Rahman, S.H., MH, Legal Advisor Biro Hukum pada Sekretariat Perusahaan Perum Pegadaian, Jakarta, 28 Mei 2010.

perlindungan varitas tanaman agak berbeda dengan paten karena dalam hal tanaman ukurannya ditentukan dari “ada atau tidaknya tindakan komersialisasi, oleh atau dengan persetujuan pihak pembudidaya tanaman”.⁹⁴

Namun demikian, dalam praktek tidak berbeda jauh dengan Paten karena pendaftar varitas tanaman masih harus memenuhi persyaratan unik (*uniqueness*) atau berbeda (*distinctness*) bahwa varitas tanaman harus berbeda dengan varitas lain. Dalam hal ini dipertimbangkan isu *distinctness* dengan memeriksa ciri dari varitas dengan varitas yang telah diketahui secara umum. Kantor pemeriksa dalam hal ini tidak akan memeriksa secara aktual struktur genetik dari varitas untuk menentukan apakah itu berbeda dari varitas lain, tetapi sekedar melihat apakah varitas menampilkan karakter yang berbeda dari varitas lain. UU No.29/2000 menentukan bahwa suatu varietas dianggap unik apabila varietas tersebut dapat dibedakan secara jelas dengan varietas lain yang keberadaannya sudah diketahui secara umum pada saat penerimaan permohonan hak PVT.

UU No. 29/2000 menentukan bahwa:”suatu varietas dianggap seragam apabila sifat-sifat utama atau penting pada varietas tersebut terbukti seragam, meskipun bervariasi sebagai akibat dari cara tanam dan lingkungan yang berbeda-beda”. Varitas dinyatakan seragam (*uniform*) jika tunduk pada variasi yang dapat diharapkan dari gambaran khusus dari propagasi, seragam dalam ciri yang relevan, dalam arti bukan tidak mungkin ada perubahan. Kriteria seragam ini terkait dengan *distinctness* dan *stability*, tanpa adanya keseragaman varitas sangat sulit untuk memenuhi kriteria unik dan berbeda antara varitas yang sama dari tanaman.

⁹⁴ RahmiJened III, *Op.Cit.*, h. 148.

Sedangkan UU No.29/2000 menentukan: "Syarat varietas dianggap stabil, apabila sifat-sifatnya tidak mengalami perubahan setelah ditanam berulang-ulang, atau untuk yang diperbanyak melalui siklus perbanyak khusus, tidak mengalami perubahan pada setiap akhir siklus tersebut". Selanjutnya dilakukan penamaan atas varitas dengan ketentuan:

- a. nama varietas dapat digunakan terus meskipun masa perlindungan telah habis;
- b. pemberian nama tidak boleh menimbulkan kerancuan terhadap sifat-sifat varietas;
- c. penamaan varietas dilakukan pemohon hak dan didaftarkan pada Kantor PVT;
- d. bila penamaan tidak sesuai dengan ketentuan butir b, maka Kantor PVT berhak menolak penamaan tersebut dan meminta penamaan baru;
- e. bila nama varietas telah digunakan varietas lain, pemohon wajib mengganti nama varietas tersebut;
- f. nama varietas yang diajukan dapat diajukan sebagai Merek dagang sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

Berkaitan dengan aktifitas skema pembiayaan KTJG atau PKBL dapat diperjanjikan atau dalam perjanjian pembiayaannya dicantumkan klausula khusus yang memperjanjikan adanya *transfer of exploitation right* dari hak atas varitas tanaman atas produk pertanian atau perkebunan tersebut kepada Perum Pegadaian dengan tetap menghormati hak moral pembudidaya tanaman atas produk pertanian atau perkebunan tersebut. Sebagai subyek pemegang hak varitas tanaman, maka Perum Pegadaian memiliki hak eksklusif untuk menggunakan sendiri (*to use*), atau memberikan persetujuan atau izin (*to license*) atau untuk mengalihkan haknya (*to assign*) kepada orang atau badan hukum lain untuk menggunakan varietas berupa benih dan hasil tanaman pertanian atau perkebunan yang digunakan untuk propagasi sebagaimana diatur dalam Pasal 6 Ayat (1), (2) dan (3) serta Pasal 40 Ayat (1) UU No. 29/2000.

c. Merek

Merek diatur dalam UU No. 15/2001 Tentang Merek. Merek sebenarnya tidak murni kreasi intelektual. Merek pada dasarnya lebih melindungi aktivitas bisnis daripada sekedar perlindungan aset suatu perusahaan, sebagai contoh, diperkirakan pada tahun 2004 nilai dari cap *Cocacola* adalah US\$ 67.39 Milyar yang turun dari US\$ 70.45 Milyar⁹⁵ pada tahun 2003. Nilai ini bukan nilai kapitalisasi pasar (*the market capitalization*),⁹⁶ seperti nilai total saham perusahaan yang berjumlah US\$ 130 Milyar.

Berdasarkan Pasal 1 Angka 1 UU No. 15/2001 definisi 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". Dalam kaitan ini dikenal merek dagang dan merek jasa. Merek dagang adalah "merek yang digunakan pada barang yang dipedagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya" (Pasal 1 Angka 2). 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-jasa sejenis lainnya" (Pasal 1 Angka 3). Jadi berdasarkan definisi tersebut, ada beberapa elemen Merek yakni:⁹⁷

⁹⁵ *Ibid.*, h.161.

⁹⁶ *The market capitalization* mencakup banyak asset lain termasuk asset fisik dan Merek lain seperti *SPRITE, FANTA, Hi-c, Mello Yello, POWER aDE, FIVE ALIVE* dan sebagainya. *Ibid.* Juga bisa dirujuk pada Suyud Margono Amir Angkasa, *Komersialisasi Aset Intelektual*, Grasindo, 2002, h. 146-148. Bisa juga dirujuk pada Paul Temporal, *Advanced Brand Management From Vision to Valuation*, John Wiley & Son, 2002, h. 125.

⁹⁷ Rahmi Jened III, *Op.Cit.*, h. 162.

1. tanda
2. memiliki daya pembeda
3. digunakan untuk perdagangan barang atau jasa.

Dari sisi tandanya, merek bisa berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Tanda yang dikaitkan dengan daya pembeda untuk dapat dilindungi sebagai Merek secara teoritis dapat dikategorikan:⁹⁸

- a. *Inherently distinctiveness: eligible for immediate protection upon use;*
- b. *Capable of becoming distinctive: eligible for protection only after development of consumer association (secondary meaning) ;*
- c. *Incapable of becoming distinctive : not eligible for trademark protection regardless of length of use;*

Tanda dengan kategori secara inheren memiliki daya pembeda (*inherently distinctiveness*) dengan sendirinya dapat didaftarkan sebagai merek yaitu tanda yang dibentuk dari kata temuan (*invented words*) yang bagus sekali didaftarkan sebagai Merek, mencakup tanda yang bersifat:⁹⁹

- a. *fanciful* (aneh, fantasi khayalan);
- b. *arbitrary* (berubah-ubah);
- c. *suggestive* (memberi kesan).

⁹⁸ Robert Brauneis , US Trademark Law, Bahan Ajar pada Pelatihan dalam Rangka Kerjasama Masyarakat Uni Eropa dan Asia di Bidang Hak Kekayaan Intelektual (European Community and ASEAN Intellectual Property Rights Co-operation Programme - ECAP II), European Patent Office (EPO) bekerjasama dengan Max Planck Institute, Jerman, Desember, 2005, 6-9. Bisa juga dibaca pada Eric Gastinel dan Mark Milford, *The Legal aspects of Community Trade Mark*, Kluwer Law, London, 2002, h. 171-176.

⁹⁹ *Ibid.*

Kategori kedua adalah tanda yang memiliki kemampuan untuk menjadi pembeda (*capable of becoming distinctive*) dan dapat didaftarkan sebagai merek, hanya jika tanda tersebut telah diakui konsumen, atau atas tanda tersebut telah dikembangkan asosiasi konsumen, atau telah dibangun pengertian kedua (*secondary meaning*). Tanda tersebut mencakup tanda yang bersifat:¹⁰⁰

- a. *descriptive*;
- b. *deceptive Misdescriptive*;
- c. *personal name* .

Kategori ketiga adalah tanda yang sama sekali tidak memiliki kemampuan pembeda (*incapable of becoming distinctive*), sehingga tanda ini tidak dapat didaftarkan sebagai merek, meskipun tanda tersebut telah digunakan dalam upayanya membangun *secondary meaning*. Tanda ini meliputi:¹⁰¹

- a. *generic term* ;
- b. *deceptive*;
- c. *geographically deceptively misdescriptive*.

Dari sisi daya pembeda (*distinctiveness*) dapat dilihat dari ketentuan Pasal 4. 5 dan 6 UU No. 15/2001 yang merupakan persyaratan substantif pendaftaran merek di Indonesia.¹⁰² Hak atas merek diperoleh berdasarkan pendaftaran sesuai sistem yang dianut *first to file system* atau stelsel konstitutif. Pasal 4 UU No.

¹⁰⁰ *Ibid.* *Secondary meaning* di Amerika dapat dibuktikan melalui: (a) *direct evidence*: kesaksian konsumen, *survey* konsumen atau (b) *indirect evidence* : penggunaan (eksklusifitas, lama dan cara), jumlah dan cara pengiklanan, jumlah penjualan pada konsumen, pangsa pasar, bukti adanya kehendak pihak lain untuk meniru Merek, contoh kasus *Colby College, 508 F.2ed. 804 (1stCir,1975)*.

¹⁰¹ *Ibid.*

¹⁰² *Ibid.*

15/2001 menetapkan bahwa: "merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik". Pemohon yang beritikad baik adalah pemohon yang mendaftarkan Mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketenaran merek pihak lain, demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain itu, atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh atau menyesatkan konsumen.

Selanjutnya Pasal 5 UU No. 15/ 2001 yang merupakan alasan absolut (*absolute grounds*) penolakan pendaftaran merek yang menentukan:

Merek yang tidak dapat didaftarkan apabila mengandung salah satu unsur dibawah ini :

- a. bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum;
- b. tidak memiliki daya pembeda;
- c. telah menjadi milik umum; atau
- d. merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran.

Merek tidak dapat didaftarkan jika bertentangan dengan undang-undang berlaku, contohnya, merek yang bergambar daun ganja. Merek bertentangan dengan moralitas agama, contohnya, merek yang menyerupai nama Allah atau Rasulnya. Merek yang bertentangan dengan kesusilaan, contohnya, merek yang berupa kata-kata sumpah. Merek yang bertentangan dengan ketertiban umum, contohnya, merek yang menampilkan kata-kata atau gambar yang bersifat rasial (*racist*).¹⁰³ Merek juga tidak dapat didaftarkan jika tidak memiliki daya pembeda atau daya pembeda yang seharusnya menjadi penentu sangat lemah, contohnya,

¹⁰³ Jill Mc. Keough, *Op. Cit.*, h. 442.

tanda yang berupa satu tanda garis atau satu titik saja, ataupun tanda yang terlalu rumit sehingga tidak jelas.

Terkait ketentuan ini elemen tiga dimensi yang bersifat perlambang (*figurative three dimensional element*), gambar, foto, warna, huruf tunggal, simbol dan bentuk dari produk atau bungkus dari produk dapat dinyatakan sebagai *figurative element* dan secara umum dipertimbangkan sebagai *devoid* karakter pembeda, kecuali membangun *secondary meaning*.¹⁰⁴ Suatu Merek yang rumit (*a complex trademark*) yakni yang terdiri dari kombinasi berbagai tipe yang berbeda dari merek, yang lazimnya berupa kata dan elemen figuratif, masih mungkin didaftarkan sebagai merek walaupun secara umum tidak dapat didaftarkan karena:¹⁰⁵ "*Where trademark consist of a combination of several elements which on their own would be devoid of distinctive character, the trademark taken as a whole may have distinctive characters* (jika merek terdiri dari suatu kombinasi beberapa elemen yang jika elemen tersebut berdiri sendiri mungkin tidak memiliki daya pembeda, namun merek secara keseluruhan mungkin memiliki ciri pembeda)". Dengan demikian hal ini diputus secara kasuistis, seperti Jurisprudensi Mahkamah Agung No. 127 K/ Sip/ 1972 tanggal 30 Oktober 1972 Mengenai merek *Y.K.K.*¹⁰⁶ yang menyatakan bahwa: "Suatu merek meskipun hanya terdiri dari beberapa huruf-huruf dapat diterima sebagai merek karena

¹⁰⁴ *Ibid.*

¹⁰⁵ *CTMR Examination Guidelines paragraph 8. 3.*

¹⁰⁶ Sudargo Gautama dan Riza Riwanata, *Komentar Atas Undang-Undang Merek*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1993, h.14.

sudah demikian dikenal luas oleh masyarakat, sehingga dianggap mempunyai daya pembeda”.

Tidak dapat didaftarkannya tanda yang telah menjadi milik umum, contohnya, merek berupa tanda tengkorak di atas dua tulang yang bersilang, yang secara umum telah diketahui sebagai tanda bahaya. Tanda ini menunjukkan kelaziman atau kebiasaan terkait dengan bahasa yang digunakan dalam praktek perdagangan yang jujur, sehingga tanda seperti itu adalah tanda yang bersifat umum dan telah menjadi milik umum.

Tidak pula dapat didaftarkan sebagai merek, jika merek tersebut merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran. Dalam hal ini seyogianya dibedakan antara tanda yang bersifat *descriptive* dan tanda yang bersifat *generic*. Tanda yang bersifat deskriptif (*descriptive*) semata-mata menggambarkan produknya, sehingga masih dimungkinkan untuk dibangun daya pembeda yang diakui konsumen (*secondary meaning*). Sebaliknya, tanda yang bersifat *generic* adalah kata umum yang bersifat *genus* produk, sehingga tidak ada terminologi alternatif yang secara umum yang dapat digunakan untuk secara fungsional mengkomunikasikan produk. Atas kata yang bersifat *generic* ini, sama sekali tidak pernah bisa dibangun daya pembeda, sehingga tidak layak untuk dijadikan merek. ¹⁰⁷

Berdasarkan penelitian dokumen yang ada, maka potensi kreasi intelektual yang dapat didaftar sebagai merek adalah:

¹⁰⁷ Rahmi Jened III, *Op.Cit.*, h.166.

- a. Logo Timbangan dan kata Pegadaian warna etiket merek hijau dan hitam (sudah dimohonkan pendaftaran dan sedang dalam proses pendaftaran untuk jenis kelas jasa nomor 36 yang meliputi: “Jasa penyaluran uang pinjaman berdasarkan hukum gadai dan fidusia” No. Agenda J002007015564 tanggal penerimaan pendaftaran 21 Mei 2007);¹⁰⁸
- b. Logo Timbangan dan kata Pegadaian Syariah warna etiket merek hijau dan hitam (sudah dimohonkan pendaftaran dan sedang dalam proses pendaftaran untuk jenis kelas jasa nomor 36 yang meliputi: “Jasa penyaluran uang pinjaman berdasarkan hukum gadai dan fidusia” No. Agenda J002007015565 tanggal penerimaan pendaftaran 21 Mei 2007);¹⁰⁹
- c. Nama perusahaan dengan Logo Timbangan dan kata Pegadaian warna etiket merek hijau dan hitam untuk kelas jasa nomor 42;
- d. Kata PEGADAIAN tanpa logo (sudah dimohonkan pendaftaran dan sedang dalam proses pendaftaran untuk jenis kelas jasa nomor 36 yang meliputi: “Jasa pelayanan uang pinjaman berdasarkan hukum gadai dan fidusia” No. Agenda J002009002713 tanggal penerimaan pendaftaran 29 Januari 2009);¹¹⁰

¹⁰⁸ Rahmi Jened I, *Loc.Cit.* Peneliti selanjutnya merekomendasi pendaftaran Kata Pegadaian (tanpa logo) dan Kata Pegadaian Syariah (tanpa logo).

¹⁰⁹ *Ibid.*

¹¹⁰ *Ibid.*

- e. Kata PEGADAIAN SYARIAH tanpa logo (sudah dimohonkan pendaftaran dan sedang dalam proses pendaftaran untuk jenis kelas jasa nomor 36 yang meliputi: “Jasa pelayanan uang pinjaman berdasarkan hukum gadai dan fidusia” No. Agenda J00200900002712 tanggal penerimaan pendaftaran 29 Januari 2009);¹¹¹
- f. Semua nama produk Perum Pegadaian yang meliputi: Kredit Gadai Cepat Aman (KCA); Kredit Serba Guna (KRESNA); Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI); Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA); Kredit Usaha Rumah Tangga (KRISTA); Gadai Syariah (RAHN) dan Kredit Ar Rahn untuk Usaha Mikro (ARRUM); Kredit Perumahan Swadaya (KREMADA); Kredit Tunda Jual Gabah (KTJG); Gadai Efek (INVESTA); MULIA; Kiriman Uang Cara Instant, Cepat dan Aman (KUCICA);

Argumentasi perlunya didaftarkan merek berupa kata “PEGADAIAN” tanpa logo dan “PEGADAIAN SYARIAH” tanpa logo, mengingat dalam banyak kasus, justru kata PEGADAIAN dan PEGADAIAN SYARIAH adalah kata yang sangat krusial dan sangat potensial untuk digunakan oleh kompetitor Perum Pegadaian. Penggunaan oleh kompetitor tersebut tentu saja dengan logo yang bervariasi tergantung keinginan mereka, seperti kasus Perum Pegadaian dengan Bank Mega.¹¹² Apabila Perum Pegadaian tidak memiliki hak Merek untuk Kata Pegadaian dan Pegadaian Syariah, maka perbuatan kompetitor yang menggunakan

¹¹¹ *Ibid.*

¹¹² *Ibid.*

kata PEGADAIAN dengan logo yang berbeda tersebut, tidak dapat diantisipasi dengan sertifikat merek yang memberikan perlindungan bagi Perum Pegadaian hanya untuk merek berupa “logo timbangan dan kata Pegadaian” atau “logo timbangan dengan kata Pegadaian Syariah”.

Pendaftaran tersebut di atas menjadi penting, terlebih jika penggunaan kata Pegadaian tersebut didasarkan pada dalih atau argumentasi bahwa kata Pegadaian adalah kata-kata umum (*vide* Pasal 5 huruf c dan d UU No. 15/2001), sehingga tidak dapat dimonopoli oleh Perum Pegadaian.¹¹³ Hal ini sebagaimana yang didalilkan oleh pihak lawan Perum Pegadaian yakni Koperasi di Ujung Pandang. Untuk itu perlu dicermati argumentasi saksi ahli yang diajukan oleh Perum Pegadaian dalam persidangan di Pengadilan Niaga/ Negeri Makasar adalah sebagai berikut:¹¹⁴

PEGADAIAN menyimpang dari aturan tata bahasa (*grammar*) yang benar yakni semestinya jika dari kata dasar “gadai” diberi imbuhan “pe” dan “an” menjadi “Penggadaian”, namun istilah Pegadaian telah dipakai sejak tahun 1969 yakni sebagai ganti istilah *Pandhuizen* yang berarti rumah gadai. Istilah PEGADAIAN terus dipakai berdasarkan PP No. 7/1969 sebagai Perjan PEGADAIAN sebagaimana diubah dengan PP No. 10/1990 dan PP No.13/1998 jo. PPNo. 103/2000 sebagai Perum PEGADAIAN. Jadi, kata PEGADAIAN sebagai *distinctive characters*. Tambahan pula kata PEGADAIAN bukan kata-kata umum sebagai suatu kata *generic*, tetapi kata yang bersifat *descriptive* yang secara teoritis masih dimungkinkan dibangun daya pembeda (*distinctiveness*) melalui penggunaan (*use*) untuk membangun persepsi konsumen (*secondary meaning*).

¹¹³ Rahmi Jened IV, *Loc. Cit.*

¹¹⁴ *Ibid.*

Selanjutnya UU No. 15/2001 Pasal 6 mengatur alasan relatif (*relative ground*) sebagai persyaratan materiil pendaftaran merek di Indonesia sebagai berikut:

- (1) Permohonan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut :
 - a. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan atau jasa yang sejenis.
 - b. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis.
 - c. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal.
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b dapat pula diberlakukan terhadap barang atau jasa yang tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang akan ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.
- (3) Pemohonan juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal, apabila merek tersebut :
 - a. merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
 - b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
 - c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

Setiap hak yang telah ada lebih dahulu menjadi alasan relatif (*relative ground*) untuk penolakan pendaftaran merek. Hal ini mengingat tidak ada satupun orang selain pemegang hak yang telah terdaftar lebih dulu tersebut, bahkan tidak juga Kantor Merek, yang dapat membatalkan pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau persamaan secara keseluruhan dengan mereknya.

Berdasarkan teori hukum merek, alasan relative (*relative ground*) ini mencakup:¹¹⁵

- a. Merek identik atau memiliki persamaan secara keseluruhan dan produk identik (sejenis) (*double identity*);
- b. Merek memiliki persamaan pada pokoknya dengan resiko membingungkan (*a likelihood of confusion*);
- c. Merek melanggar reputasi merek lain (*dilution*);
- d. Tanda digunakan dalam perdagangan lebih dari sekedar penggunaan lokal yang signifikan (*mere local significance use*).

Pasal 6 Ayat (1) huruf a UU No.15/2001 mengatur 2 (dua) hal secara langsung yakni terkait dengan teori *double identity* dan teori tentang *a likelihood of confusion*. Tidak ada penjelasan mengenai arti dari istilah "persamaan secara keseluruhan". Menurut M. Yahya Harahap¹¹⁶ bahwa: "Persamaan pada keseluruhan adalah persamaan seluruh elemen... Persamaan yang demikian sesuai dengan doktrin *entires similar* atau sama keseluruhan elemen". Dengan kata lain, merek yang dimintakan pendaftarannya merupakan *copy* atau reproduksi merek orang lain.

Merek dapat disebut *copy* atau reproduksi merek orang lain, jika mengandung persamaan secara keseluruhan paling tidak harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:¹¹⁷

¹¹⁵ Eric Gastinel dan Mark Milford, *Op.Cit.*, h. 172-175 serta Bomhard, Verena V., "European Trademark Law", Bahan Ajar pada Pelatihan dalam Rangka Kerjasama Masyarakat Uni Eropa dan Asia di Bidang Hak Kekayaan Intelektual (European Community and ASEAN Intellectual Property Rights Co-operation Programme - ECAP II), European Patent Office (EPO) bekerjasama dengan Max Planck Institute, Munchen, Jerman, Nopember 2004, h. 14-17. Bisa juga dirujuk pada Rahmi jened II, *Op.Cit.*, h. 179.

¹¹⁶ M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU No. 19/ 1992*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996, h. 41-47 Bisa juga dibaca pada Insan Budi Maulana, *Perlindungan Merek Dari Masa Kemasa*, Citra Aditya Bhakti, Bandung, h. 105.

¹¹⁷ *Ibid.*

- a. Terdapat persamaan elemen secara keseluruhan
- b. Persamaan jenis atau produksi kelas barang dan jasa.
- c. persamaan wilayah dan segmen pasar
- d. persamaan pelaku pemakaian dan
- e. persamaan cara pemeliharaan.

Menurut *Ruth Annand* dan *Helen Norman*:¹¹⁸ "even the smallest difference in the mark will lead to their being considered not identical". Jadi, meski hanya ada sedikit perbedaan dalam merek, hal ini akan membuat merek tersebut bukan identik atau tidak memiliki persamaan secara keseluruhan. Suatu merek berupa kata adalah identik atau memiliki persamaan secara keseluruhan, hanya jika merek tersebut dituliskan dengan cara yang sama. Merek berupa kata tidak akan pernah identik untuk elemen figuratif, meski jika identitas secara lengkap dari elemen katanya sama. Secara sederhana kriteria persamaan secara keseluruhan (*identical marks*) ada, jika tanda memiliki persamaan secara keseluruhan dengan merek dan diterapkan untuk produk sejenis (*identical marks and identical products- double identity*), sehingga perbuatannya dapat dikatakan pemalsuan (*counterfeiting*).¹¹⁹

Penjelasan Pasal 6 UU No.15/2001 juga menentukan bahwa "persamaan pada pokoknya" adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dan merek yang lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek tersebut". Persamaan pada pokoknya (*similar*) dianggap terwujud,

¹¹⁸ *Erick Gasner, Op.Cit.*, h. 175-178. Bisa dirujuk pada *Paul R. Paradise, Trademark, Counterfeiting, Product Piracy, and the Billion Dollar Threat to the U.S. Economy*, Quorum Book, London, 1999, h. 41-53.

¹¹⁹ *Robert Brauneis, Op.Cit.*, 23-27.

apabila merek hampir mirip (*nearly resembles*) dengan merek orang lain, yang didasarkan antara lain adanya:¹²⁰

- a. Kemiripan penampilan, misalnya dari sisi gambar, peneraan hurufnya, dan lain-lain, *Jarum v. Jago* (produk rokok);
- b. Kemiripan bunyi, misalnya, *Salonpas v. Sanoplas Rechtbank Den Haag* 8 Desember 1958;¹²¹
- c. Kemiripan arti, misalnya, *Cap Mangkok Merah v. Juanlo* (bahasa Korea artinya Mangkok) Putusan Mahkamah Agung No. 352/ Sip/ 1975 tanggal 2 Januari 1982.¹²²

Kriteria pelanggaran merek adalah jika ada persamaan pada pokoknya atau persamaan secara keseluruhan dengan merek yang telah terdaftar terlebih dahulu. Oleh karena itu, Perum Pegadaian perlu mengambil posisi sebagai merek yang telah terdaftar terlebih dahulu, sesuai *first to file system* yang dianut dalam hukum merek Indonesia.

Selain itu juga persamaan pada pokoknya atau persamaan secara keseluruhan juga akan dibandingkan dengan merek terkenal (*welknown trademark*). Kriteria merek terkenal, sebagaimana diatur dalam Penjelasan Pasal 6 UU No.15/2001, adalah sebagai berikut:

Penolakan permohonan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terkenal untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dilakukan dengan memperhatikan pengetahuan umum masyarakat mengenai merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan. Di samping itu, diperhatikan pula reputasi merek terkenal yang diperoleh karena promosi yang gencar dan besar-besaran, investasi di beberapa negara di dunia yang dilakukan oleh pemiliknya, dan disertai bukti pendaftaran merek tersebut di beberapa negara. Apabila hal-hal di atas belum dianggap cukup, Pengadilan Niaga dapat memerintahkan lembaga yang bersifat mandiri untuk melakukan survei guna memperoleh kesimpulan mengenai terkenal atau tidaknya merek yang menjadi dasar penolakan.

¹²⁰ Rahmi Jened VI, *Loc. Cit.* .

¹²¹ Sudargo Gautama, *Op. Cit.*, h. 13.

¹²² *Ibid.*

Terkait dengan merek terkenal, maka promosi merupakan sarana paling efektif untuk membangun reputasi (*image*). Dalam hal Perum Pegadaian bermaksud mengklaim bahwa PEGADAIAN sebagai merek terkenal, maka harus didukung dengan berbagai bukti, antara lain, ¹²³ pendapat dari nasabah atau konsumen potensial sebagai *the relevant sector of the public*;¹²⁴ atau jaringan, distribusi dan lingkungan bisnis pembiayaan pada umumnya dan perusahaan gadai secara khusus. Selain itu, faktor jangka waktu, lingkup dan wilayah penggunaan merek, pasar, tingkat daya pembeda, kualitas terkait dengan reputasi (*image*), rekor perlindungan yang berhasil diraih, hasil litigasi, patut diperhitungkan dalam penentuan terkenal atau tidaknya merek tersebut, termasuk juga intensitas pendaftaran merek lain yang mirip dengan merek yang bersangkutan.

Di samping itu, pembuktian melalui besarnya nilai investasi untuk kegiatan promosi harus secara signifikan menunjukkan reputasi Perum Pegadaian. Tambahan pula berbagai penghargaan yang diterima perusahaan perlu dipublikasikan dan menjadi rekam jejak (*track record*) Perum Pegadaian, seperti penghargaan yang diterima pada:¹²⁵

- a. Tahun 2002 dari Majalah Investor sebagai Perusahaan Jasa Pembiayaan terbaik untuk BUMN dengan Asset Rp 1-10 Trilyun;
- b. Tahun 2002 dari Komite Nasional Kebijakan *Governance* sebagai Juara Pertama *Annual Report Award* untuk Katagori Perusahaan *Non - Listing*;
- c. Tahun 2003 dari Kementrian Negara BUMN sebagai BUMN dan *CEO Award* Dengan Meraih Predikat 20 BUMN Terbaik;

¹²³ *Ibid.*, h. 100.

¹²⁴ Merek Terkenal adalah menurut sector masyarakat yang relevan dengan produk tersebut.

¹²⁵ Perum Pegadaian I, *Op.Cit.*, h. 38-39.

- d. Tahun 2004 dari Majalah Investor sebagai Perusahaan Jasa Pembiayaan terbaik untuk BUMN dengan Asset Rp 1-10 Trilyun;
- e. Tahun 2005 dari Komite Nasional Kebijakan *Governance* sebagai Juara Pertama Annual Report Award untuk Katagori Perusahaan *Listed*;
- f. Tahun 2006 dari *Business Review* dengan Katagori CEO Terbaik III;
- g. Tahun 2006 dari *Business Review* dan Kementrian Negara BUMN sebagai BUMN Terbaik I Katagori Pemasaran dan CEO BUMN Terfavorit atas nama Deddy Kusdedy;
- h. Tahun 2006 dari *Business Review* dan Kementrian Negara BUMN sebagai Perusahaan BUMN Terbaik Sektor Bank dan Keuangan;
- i. Tahun 2008 dari *Business Review* sebagai Perusahaan Sektor Keuangan Terbaik;
- j. Tahun 2008 dari *Business Review* sebagai CEO Terbaik (finalis);
- k. Tahun 2008 dari Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) berdasarkan *Survey* pada tahun 2008 sebagai Perusahaan Peringkat I Instansi yang Memberikan Manfaat Terbaik;
- l. Tahun 2008 dari PT Pemingkat Efek Indonesia (Pefindo) bahwa Obligasi yang diterbitkan Perum Pegadaian mendapat Peringkat AA+ (*stable outlook*).
- m. Tahun 2009 dari *Business Review* sebagai *The Best CEO on Survival Management*;
- n. Tahun 2009 dari *Business Review* sebagai BUMN Terbaik Katagori Bidang Keuangan Sektor Pembiayaan dan Keuangan Lainnya;
- o. Tahun 2009 dari Pefindo menerima Pefindo Award Peringkat III Katagori BUMN Listed;
- p. Tahun 2010 dari Pefindo menerima Pefindo Award *The Best Conventional Bond Issuer*.

Satu hal yang perlu dipikirkan, bahwa meskipun mungkin potensi pendaftaran merek Pegadaian di beberapa Negara tidak begitu signifikan, namun untuk membangun reputasi Perum Pegadaian seyogianya tetap melakukan promosi melalui media yang memiliki sirkulasi di beberapa Negara di luar teritori Indonesia.

Apabila Perum Pegadaian sudah mencapai level merek terkenal, maka berlaku perlindungan atas reputasi ini terkait dengan *Doctrin Dilution* yang secara konseptual berasal dari Inggris (tradisi *Common Law*).¹²⁶ Konsep ini diperkenalkan pertama kali di Amerika pada tahun 1920 melalui kesaksian secara tertulis dan tersumpah dari *Frank Schechter*.¹²⁷ UU *Anti Dilution Federal* baru terbentuk pada tahun 1996 menentukan bahwa *Dilution* adalah:¹²⁸

a weakening or reduction in the ability of a mark to clearly and unmistakably distinguish one source can occur in two different dimensions: blurring and tarnishment;

the lessening of the capacity of a famous mark to identify and distinguish goods and services regardless of competition or likelihood of confusion .

Dilution adalah suatu pelemahan atau pengurangan kemampuan suatu Merek untuk secara jelas dan tanpa kesalahan membedakan satu sumber dengan sumber yang lain, yang dapat terjadi dalam dua dimensi yang berbeda yakni pengaburan (*blurring*)¹²⁹ dan pemudaran (*tarnishment*)¹³⁰. Contoh *dilution* dalam bentuk

¹²⁶ Thomas Mc. Carthy, *Trademark and Unfair Competition*, 4ed., West Group, US, 2000, h. 20.20.1.

¹²⁷ *Ibid.*

¹²⁸ Rahmi Jened III, *Op.Cit.*, h. 185.

¹²⁹ *Dilution* melalui tipe pengaburan (*blurring*) adalah cara klasik atau tradisional :as envisioned by its original proponents. Customers or prospective customers will see the plaintiff's mark used by others persons to identify other sources on a plethora of different goods and services. The unique and distinctive significance of the trademark to identify and distinguish one source may be deluted and weakened, but no confusion as to source, sponsorship, affiliation or connection has occurred (sebagai kecemburuan oleh pendukung asli. Konsumen atau prospektif konsumen akan melihat Merek Penggugat digunakan oleh orang lain untuk mengidentifikasi sumber lain suatu barang atau jasa berbeda secara berlebihan. Keunikan dan pembeda penting dari Merek untuk menunjukan dan membedakan satu sumber mungkin menjadi luntur atau melemah, tetapi tidak ada kebingungan mengenai sumber, sponsor, afiliasi atau hubungan yang telah terjadi). *Ibid.*

¹³⁰ *Dilution* melalui tipe pemudaran (*tarnishment*) adalah: "the effect of the defendant's unauthorized use is to tarnish, degrade, or dilute the distinctive quality of the mark (akibat dari penggunaan Merek secara tanpa hak oleh Tergugat adalah untuk memudarkan, menurunkan, atau menipiskan kualitas pembeda dari suatu Merek). *Ibid.*

pengaburan, dalam kasus *Tiffany* suatu restaurant di *Boston* tidak akan menyebabkan kebingungan bagi konsumen dengan *Tiffany* toko perhiasan yang terkenal di *New York*, namun keunikan dan daya pembeda yang menghubungkan kata *Tiffany* dengan toko perhiasan yang terkenal *fashionable* akan dilemahkan.¹³¹ Sedangkan contoh *dilution* melalui pemudaran adalah Merek digunakan oleh seseorang secara tanpa izin dalam konteks untuk *parody* yang secara total bertentangan dengan reputasi yang dibangun oleh Merek tersebut. *Dilution* juga berarti pelemahan kapasitas atau kemampuan suatu Merek terkenal untuk menunjukkan dan membedakan barang dan jasa tanpa memperhatikan adanya persaingan atau kesamaan yang membingungkan. Kemudian pada tahun 1999 ada penambahan *dilution* tipe baru yakni *cybersquatting*,¹³² contohnya, pendaftaran situs www.mc.donald.com oleh pihak lain secara tanpa hak.

Dalam kasus *dilution* sebagai perlindungan merek terkenal ada 3 (tiga) hal yang harus ditunjukkan:¹³³

1. Merek merupakan merek terkenal atau memiliki reputasi (*trademark is well-known or has reputation*);
2. Merek memiliki persamaan pada pokoknya, khususnya untuk barang yang tidak sejenis (*similarity of trademark but goods and services are dissimilar*);
3. Ada penggunaan yang bersifat penipisan, pemudaran dan pengaburan (*there is dilution or tarnishment or blurring reputation*) secara tanpa hak (*without due cause*).

Saat ini mengenai *dilution* telah menjadi bahan diskusi yang intensif, baik di beberapa negara dengan tradisi hukum *Common Law* sebagai asal doktrin ini, dan bahkan di negara-negara dengan tradisi *Civil Law*. Ada perbedaan dalam

¹³¹ *Ibid.*

¹³² *Ibid.* W. Cornish, *Op.Cit.*, h. 321.

¹³³ *Ibid.*

penyediaan pembuktian dalam tradisi keduanya. Misalnya, di Inggris dan Amerika di mana *Comon Law System* dianut, pembuktian lebih ditekankan pada pembuktian langsung, seperti melalui *survey*. Sedangkan, di kebanyakan negara Eropa di mana *Civil Law System* dianut, pembuktian adalah menyangkut *legal term*, yakni kemampuan untuk membangun elemen dominan dan elemen pembeda suatu merek, contohnya, pada merek *Mc. Donalds*. Elemen dominan dan pembedanya ada pada kata "Mc", yang digambarkan secara khusus dan dibangun melalui penggunaan dalam jangka waktu yang lama. Terlebih lagi, hanya untuk publikasi elemen ini saja, dibutuhkan investasi yang tidak sedikit.¹³⁴ Contoh lain adalah kasus *Adidas v. Fitnessworld (C-408/01)*¹³⁵ di mana *Fitnessworld* menggunakan dua tanda dua *parallel strip* untuk produk *jumper*-nya. Akhirnya, *ECJ* memutuskan bahwa tanda *strip* tersebut merupakan *trade dress* dari *Adidas* dan merupakan bagian dari merek tersebut.

Lebih lanjut Pasal 6 Ayat 2 UU No.15/2001 menentukan bahwa Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b dapat pula diberlakukan terhadap barang atau jasa yang tidak sejenis, sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang akan ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah (PP). Menurut hemat peneliti, justru perlindungan merek terkenal untuk barang sejenis merupakan perluasan penerapan *dilution*. Hal ini mengingat tidak banyak pelanggaran merek terkenal secara tanpa hak untuk barang sejenis yang kemudian didaftarkan, justru yang lazimnya terjadi adalah penggunaan merek terkenal untuk barang melalui penggunaan langsung, tanpa disertai upaya pendaftaran.

¹³⁴ *Ibid.*

¹³⁵ *Ibid.*, h. 19.

Pasal 6 Ayat (3) Huruf a UU No. 15/2001 menetapkan alasan relatif penolakan permohonan pendaftaran, apabila “merek tersebut merupakan atau menyerupai...nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak”. Oleh karena itu perlu didaftarkan Nama Perusahaan Perum Pegadaian dengan “Logo Timbangan dan kata Pegadaian”, warna etiket merek hijau dan hitam untuk kelas jasa nomor 42. Hal ini untuk memperkuat argumentasi penegakkan hukum dan pemulihan hak jika terjadi pelanggaran merek. Argumentasinya bahwa Perum PEGADAIAN adalah nama perusahaan yang berdasarkan Pasal 6 Ayat (3) huruf a UU No. 15/2001 wajib dilindungi.¹³⁶

Reputasi tidak harus di peroleh melalui pendaftaran, melainkan dapat diperoleh melalui *actual use in placing goods or service into the market* (penggunaan secara aktual dengan cara meletakkan barang dan jasa di pasar). Selain itu penggunaan (*use*) merupakan elemen penentu dari suatu merek. Merek hanya eksis berkaitan dengan aktivitas komersial, sehingga merek harus digunakan. Masalah “penggunaan” ini menjadi penting, terutama dalam kasus dimana terdapat (dua) pihak atau lebih yang memiliki merek yang memiliki persamaan secara keseluruhan (*double identity*) atau persamaan pada pokoknya (*similarity*). Merek utamanya berkembang melalui penggunaan (*use*) untuk melindungi *goodwill* melawan produk lain dari produsen pesaingnya. Merek tidak merupakan suatu kekayaan, jika tidak terkait dengan aktivitas bisnis atau perdagangan. Perlindungan Merek justru untuk memastikan bahwa pemilik atau pemegang hak atas merek harus menggunakan mereknya. Dalam hal ini ada tipe

¹³⁶ Rahmi Jened VI, *Loc.Cit.*

penggunaan yang dapat dikatakan memadai, contohnya, pada kasus *Blue Bell Inc. v. Farah Manufacturing Co.*¹³⁷ Kasus ini terkait dengan penggunaan Merek *Time Out*. Pada bulan Juni *Blue Bell* melakukan kampanye pengiklanan produk dengan memakai Merek *Time Out* dan pada 5 Juli menerapkan Merek *Time Out* pada produknya yang telah jadi dan telah bermerek *Mr. Hicks*. Namun, baru pada bulan Agustus *Blue Bell* memproduksi baju baru bermerek *Time Out* dan pada bulan Oktober mengapalkan produknya untuk kemudian dapat didistribusikan pada konsumen. Sedangkan, *Farah* pada bulan Juli telah menjual 12 pasang celana bermerek *Time Out* pada manajer penjualan regionalnya. Pada akhir bulan Juli iklan produk dibuat dan bulan September pengapalan pertama pada konsumen. Isu hukumnya: “Siapa, di antara *Blue Bell* dan *Farah Manufacturing Co.*, yang berhak atas Merek *Time Out*?” Untuk dapat memperoleh hak atas merek, maka harus ada “*open use* (penggunaan secara terbuka)” yang dibuat untuk “*the relevant class of purchaser or prospective purchaser* (kelas pembeli yang relevan atau pembeli prospektif)”, karena merek dilindungi jika ditujukan untuk mengidentifikasi dan membedakan produk barang dan atau jasa satu produsen dari produsen lainnya.¹³⁸ *Internal use* (penggunaan intern) tidak memberikan hak merek, meski dengan kampanye ekstensif. Manakala barang atau jasa menggunakan lebih dari satu merek, maka merek yang digunakan harus dengan itikad baik dan bukan “*mere use adoption a mark without bonafide use in attempt to reserve a mark* (sekedar mengadopsi merek, tanpa penggunaan yang dapat dipercaya dan hanya sekedar upaya untuk menahan pasar)”. Jika merek digunakan oleh dua pihak, maka harus ditentukan siapa yang menggunakan merek

¹³⁷ Robert Brauneis, *Loc. Cit.*

¹³⁸ *Ibid.*

dengan itikad baik (*good faith*) dalam pasar. Dalam hal ini, maka penggunaan Merek *Time Out* oleh *Farah* melalui pengapalan pertama pada bulan September 1973 menetapkan hak yang terlebih dahulu atas penggunaan merek *Time Out*.¹³⁹

Hak atas merek diperoleh melalui pendaftaran (*first to file system* atau stelsel konstitutif), sehingga apabila permohonan mereknya telah di-*granted*, maka Pemegang hak dalam hal ini Perum Pegadaian, memiliki hak eksklusif untuk selama jangka waktu tertentu menggunakan (*to use*) sendiri merek tersebut, atau memberikan izin (*to license*) kepada pihak lain untuk menggunakannya (Pasal 3 UU No. 15/2001) atau bahkan mengalihkan haknya (*to assign*) kepada pihak lain (Pasal 40 UU No.15/2001).

d. Desain Industri

Indonesia mengatur Desain Industri melalui UU No. 31/2000 yang dalam Pasal 1 Angka 1 menetapkan:

Desain industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi atau komposisi garis atau warna atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri atau kerajinan tangan.

Selanjutnya Pasal 2 dan Pasal 3 UU No.15/2001 menentukan sebagai berikut:

Pasal 2:

Hak desain industri diberikan untuk desain industri yang baru.

Desain industri dianggap baru, apabila pada Tanggal Penerimaan, desain industri tersebut tidak sama dengan pengungkapan yang telah ada sebelumnya.

Pengungkapan sebelumnya, sebagaimana dimaksud dalam Ayat (2) adalah pengungkapan desain industri yang sebelum :

¹³⁹ *Ibid.*

tanggal penerimaan; atau tanggal prioritas apabila Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; telah diumumkan atau digunakan di Indonesia atau di luar Indonesia.

Pasal 3

Suatu desain industri tidak dianggap telah diumumkan, apabila dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan sebelum Tanggal Penerimaannya, desain industri tersebut :

- a. telah dipertunjukkan dalam suatu pameran nasional ataupun internasional di Indonesia atau di luar negeri yang resmi atau diakui sebagai resmi; atau
- b. telah digunakan di Indonesia oleh Pendesain dalam rangka percobaan dengan tujuan pendidikan, penelitian, atau pengembangan.

Berdasarkan beberapa ketentuan tersebut di atas, ada beberapa kriteria desain industry yang menjadi *scope* perlindungan yakni:¹⁴⁰

1. Kreasi tentang bentuk, konfigurasi atau pola;
2. Tampilannya baru (*new*) tersebut menarik secara estetika;
3. Diterapkan pada barang yang diproduksi secara massal (*mass product*).

Pada desain yang dilindungi adalah kreasi tentang bentuk (*shape*), konfigurasi (*configuration*), atau ornamentasi (*ornamentation*), atau komposisi (*composition*) garis atau warna. Di Uni, Eropa¹⁴¹ mendefinisikan desain sebagai tampilan secara keseluruhan atau sebagian dari produk sebagai hasil dari gambaran, khususnya, garis, kontur, bentuk, tekstur dan atau materi dari produk itu sendiri dan atau ornamentasi dari produk. Desain dapat berupa obyek 3 (tiga) dimensi, contohnya kursi; atau obyek 2 (dua) dimensi, contohnya tekstil; sepanjang memenuhi

¹⁴⁰ Rahmi Jened, "Perlindungan Hukum Desain Industri dan Rahasia Dagang", Seminar HKI, IP Clinic- IIPS dan JIII, Surabaya, Mei 2000 (selanjutnya disebut Rahmi Jened VII), h. 3.

¹⁴¹ Margareth Briffa dan Lee Gage, *Design Law: Protecting and Exploiting Right*, The Law Society, London, 2004, h. 12-16.

persyaratan yang ditentukan. Desain dapat berupa keseluruhan produk atau bagian dari produk yang secara eksternal dapat dilihat (kasat mata).

Perlindungan diberikan pada tampilan desain (*design features*) secara kasat mata (*visual appearance*) yang diterapkan pada suatu barang (*article*) dan bukan barangnya itu sendiri.¹⁴² Tampilan desain yang indah tidak harus *such noble beauty* seperti pada *fine art*, tetapi secara praktis desain tersebut memberikan pemakai atau pemiliknya dengan adanya barang tersebut dapat menikmati hidupnya, memberikan perasaan senang, kesegaran, kenyamanan dan sebagainya.

Di Indonesia disyaratkan tampilan desain harus baru (*new*)¹⁴³ berarti desain tersebut harus dibandingkan dengan desain yang sudah ada. Persyaratan bahwa desain harus baru (*new*) ini menggantikan persyaratan *eye-appeal* yang semula ada untuk perlindungan desain. Persyaratan baru (*new*) dalam hal ini

¹⁴² Rahmi Jened, *Legal Opinion atas Peninjauan Kembali kasus Garuda v. Honda* (selanjutnya disebut Rahmi jened IX).

¹⁴³ Berbeda dengan persyaratan asli (*original*) yang juga ditetapkan sebagai pilihan aturan TRIPs bagi negara anggota. Tampilan Desain harus asli (*original*) berarti Desain tersebut tidak pasaran (*common place*). Apabila meminjam istilah keaslian (keaslian) pada Hak Cipta, maka sudah cukup Desain dari derajat kreativitas mandiri Pendesain dan tidak semata-mata meniru Desain yang sudah ada. Oleh karenanya Di Uni Eropa disyaratkan Desain memiliki karakter individual (*individual character*). Desain dianggap memiliki karakter individual, jika kesan secara keseluruhan (*overall impression*) dibuat bagi pengguna atau konsumen yang dituju, berbeda dari kesan keseluruhan dari setiap Desain yang telah tersedia dalam masyarakat dan ada derajat kebebasan bagi Pendesain untuk mengembangkan kreasi Desainnya. Kesan secara keseluruhan dari Desain harus ditangkap oleh pengguna yang diinformasikan (*informed user*) bahwa Desain tersebut berbeda dari Desain yang telah tersedia sebelumnya. Kebebasan individu dari Pendesain harus diperhitungkan dalam menilai suatu Desain dari sudut karakter individu (*individual character*). Dalam hal ini diterapkan test "*déjà vu*", seperti perasaan dari dapat dilihatnya produk dari sudut manapun. Namun tidak ada pedoman yang diberikan untuk pengertian "*informed user*", walaupun mungkin saja hal ini harus seseorang yang memiliki keahlian tertentu (*the person skilled in the art*) dalam bidang Desain. Banyak pihak yang menyarankan bahwa kriteria ini mengacu pada seseorang yang sehari-harinya bergumul dengan produk yang terkait dengan Desain tersebut, sehingga memiliki kemampuan untuk menilai unsur keaslian (*originality*) dan karakter individual (*individual character*) ini.

berarti desain belum diketahui atau digunakan sebelumnya (*not been known or used before*) dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum *filing date* dari pendaftaran desain. Namun demikian tidak ada kejelasan seberapa besar perbedaannya dengan *prior art*. Dalam praktek, lazimnya bahwa desain memenuhi persyaratan "*something more*" yang bersifat "*special, noticeable, captures and appeal to the eye, bold, different*".¹⁴⁴ Suatu desain dianggap baru (*new*), jika tidak ada desain yang sama yang telah dibuat dan tersedia dalam masyarakat (*prior art*). Desain harus dianggap tersedia dalam masyarakat, jika desain telah diumumkan, atau dipamerkan, atau digunakan dalam perdagangan atau pengungkapan lain, kecuali kejadian pengungkapan tersebut tidak dapat secara layak dianggap dikenal dalam cara bisnis normal, sebelum tanggal pendaftaran (*filing date*) atau tanggal prioritas. Selain itu tidak dianggap adanya pengungkapan yang dapat menggugurkan syarat kebaruan (*new*) dari desain yang didaftarkan, jika pengungkapan desain dilakukan oleh pihak ketiga dengan itikad buruk dan memiliki kewajiban untuk menyimpan rahasia.

Kreasi intelektual Perum Pegadaian yang memiliki potensi untuk didaftarkan sebagai desain industri adalah:

- a. Bentuk kantong penyimpanan emas;
- b. Kunci mata itik (*matris*) yang berfungsi sebagai segel kantong penyimpanan emas;
- c. Desain perhiasan hasil kreasi Perum Pegadaian, termasuk desain baru dari leburan emas bekas.

¹⁴⁴ Rahmi Jened VIII, *Loc.Cit.*

Mengingat perolehan hak desain industri berdasarkan *first to file system*, maka seyogianya kreasi tersebut didaftarkan sebagai desain industri agar memperoleh perlindungan yang efektif selama 10 (sepuluh). Perum Pegadaian menjadi pemegang hak desain industri atas kreasi desain industri yang dihasilkan dalam rangka hubungan kerja, kecuali diperjanjikan lain (Pasal 7 UU No. 31/2000). Perum Pegadaian sebagai pemegang hak desain industri memiliki hak eksklusif untuk melaksanakan (*to execute*) sendiri hak desain industrinya, atau memberi izin (*to license*) pihak lain untuk melaksanakannya (Pasal 9 UU No. 31/2000), atau bahkan untuk mengalihkan haknya (*to assign*) kepada pihak lain (Pasal 31 UU No. 31/2000).

e. Rahasia Dagang

Perlindungan rahasia dagang yang diatur dalam *TRIPs* dikaitkan dengan perlindungan secara efektif untuk menangkal *unfair competition*.¹⁴⁵ Rahasia dagang diatur dalam UU No. 30/2000 yang dalam Pasal 1 Angka 1 *juncto* Pasal 3 Ayat (1) menentukan bahwa:

Rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang.

Rahasia dagang mendapat perlindungan apabila informasi tersebut bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi, dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya sebagaimana mestinya.

¹⁴⁵ *unfair competition* diatur dalam Pasal 10 bis *Paris Convention for the Protection of Industrial Property Rights* yang menetapkan larangan: (a). setiap tindakan yang dapat menimbulkan kebingungan (*confusion*) dengan cara apapun tentang barang atau aktivitas komersial pesaing/competitor; (b). pernyataan yang salah (*false allegation*) untuk mendeskreditkan perusahaan, barang-barang atau aktivitas komersial dan industri pesaing/competitor; (c). penunjukkan atau pernyataan yang bersifat menyesatkan (*mislead*) masyarakat tentang proses manufaktur, karakter, tujuan, penggunaan atau kuantitas barang-barang. Rahmi Jened, "Perlindungan Trade Secret Dalam rangka Persetujuan TRIPs", *Yuridika Vo.14 No. 1 Januari-Februari 1999* (selanjutnya disebut Rahmi Jened X), h.17.

Perlindungan rahasia dagang diberikan tanpa suatu prosedur pendaftaran dan berlangsung selama informasi tersebut dapat dijaga kerahasiaannya (*as long as it is possible to maintain the secrecy*). Dalam Pasal 1 Angka 2 UU No. 30/2000 dinyatakan bahwa: "Hak rahasia dagang adalah hak atas rahasia dagang timbul berdasarkan Undang-undang ini". Berdasarkan ketentuan tersebut bahwa perolehan hak rahasia dagang bersifat otomatis.

Berdasarkan ketentuan tersebut ada kriteria agar suatu informasi dapat dilindungi sebagai Rahasia Dagang yakni:¹⁴⁶

1. Adanya informasi ;
2. Informasi tersebut memiliki nilai komersial karena kerahasiaannya;
3. Telah diambil langkah-langkah yang cukup oleh pihak yang secara hukum memiliki kontrol atas informasi untuk menjaga kerahasiannya

Selanjutnya Pasal 1 Angka 1 UU No. 30/2000 menetapkan bahwa: "Rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang". Pasal 2 menetapkan: "Lingkup perlindungan rahasia dagang yang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum".

¹⁴⁶ *Ibid.*

Pengertian rahasia dagang yang diberikan oleh *Henry Campbell Black* dalam *Black's Law Dictionary* sebagai berikut :¹⁴⁷

A 'Trade Secret' as protected from misappropriation, may consists of any formula, pattern, device of compilation of information, which is used in one's business, and which gives person an opportunity to obtain an advantage over competitors who do not know or use it... or ... A plan or process, tool, mechanism, or compound known only to its owner and those of his employees to whom, it is necessary to confide it... known only certain individuals... having a commercial value.

Menurut *Earl W. Kintner*¹⁴⁸ bahwa informasi yang dilindungi rahasia dagang mencakup informasi bisnis atau informasi teknologi yang dapat berupa rumus-rumus kimia (*chemical formula*), proses industri (*industrial process*), 'know-how', informasi harga (*pricing information*), barang atau produk yang dihasilkan (*products*), daftar konsumen dan informasinya (*customer list and information*), bahan pasokan (*sources of supply*) serta metode penjualan dan informasi bisnis (*merchandising methods and business information*).

Berdasarkan hasil penelitian, potensi kreasi intelektual Perum Pegadaian yang dapat dilindungi dengan Rahasia Dagang antara lain:

- a. Daftar nasabah Perum Pegadaian;
- b. Informasi harga, termasuk rumus-rumus perhitungan;
- c. Formula kimia;
- d. Metode penjualan;

¹⁴⁷ Henry Campbell Black, *Black's Law Dictionary*, West Publishing, St. Paul Minn, 1997, h. 1994.

¹⁴⁸ Earl W. Kintner dan Jack Lahr, *Op.Cit.*, h.136-149. Dapat juga dirujuk pada Rahmi Jened IX, *Op.Cit.*, h.16-18.

e. Metode bisnis (*business method*), termasuk semua metode dan *know-how* yang ditransfer bagi para Penaksir dan pegawai Perum Pegadaian, Daftar konsumen Perum Pegadaian seharusnya merupakan informasi yang dirahasiakan. Hal ini mengingat bahwa *core business* Perum Pegadaian melibatkan kalangan menengah ke bawah yang merupakan pangsa pasar yang signifikan. Semua yang menyangkut data konsumen harus dijaga secara ketat dan seharusnya tidak boleh diakses oleh sembarang orang, apalagi kompetitor Perum Pegadaian yang melaksanakan bisnis yang sama.

Informasi harga, termasuk rumus-rumus perhitungan hutang pokok, nilai jaminan, bunga, perhitungan pelunasan dan lain-lain merupakan obyek rahasia dagang. Meskipun hal tersebut tertulis dengan gamblang dalam SOP, seyogianya SOP hanya bisa diakses oleh karyawan yang diberi otoritas untuk itu.

Semua metode, analisis kimia, *know-how*, dan formula yang menjadi keahlian pegawai dalam menaksir dan menilai batu permata dan emas, termasuk teknik cara pengujian, baik memakai batu gosok atau air uji HNO₃ dan HCL dan (berikut ukuran perbandingannya), penggunaan kemiri, menilai taksiran (*cutting, clarity, colour* dan *carat*) batu permata dan penggunaan timbangan analisis dan jarum uji merupakan obyek rahasia dagang. Selanjutnya pengetahuan, *know-how* dan pengalaman Perum Pegadaian dalam menghadapi nasabah, sehingga menghasilkan berbagai produk yang inovatif, termasuk kemampuan pegawai (setara dengan broker) dalam bertransaksi dengan nasabah untuk produk gadai saham merupakan rahasia dagang. Tidak dapat diragukan bahwa ada potensi pengungkapan, baik secara sadar atau tidak sadar rahasia dagang tersebut kepada pihak lain secara tanpa izin Perum Pegadaian. Padahal rahasia dagang tersebut

hanya bisa diungkap untuk tujuan yang terbatas dan khusus (*special purposes*). Suatu ilustrasi, Perum Pegadaian telah melakukan kontrak kerjasama dengan PT Telekom Indonesia dengan investasi yang begitu besar Rp 7 Milyar untuk membangun *Software Aplikasi Inti*. Dalam hal ini harus dipahami bahwa semua informasi yang dikemukakan Perum Pegadaian kepada PT Telekom Indonesia untuk keberhasilan pembuatan *Software Aplikasi Inti* adalah rahasia dagang.

Perlindungan informasi sebagai rahasia dagang walaupun tidak mensyaratkan 'sesuatu' yang unik dan baru (*novel*) seperti persyaratan Paten, namun dibutuhkan unsur keaslian (*originality*) yang membedakannya dari pengetahuan sehari-hari. Persyaratan ini berkaitan dengan tradisi *Civil Law System* yang mencirikan filosofis *Frederich Hegel* tentang *personal creation*.¹⁴⁹

Informasi memiliki nilai komersial karena kerahasiaannya. Informasi dianggap memiliki nilai komersial, apabila sifat kerahasiaan informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha yang bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi (Pasal 3 Ayat (2) UU No. 30/2000). Informasi harus memiliki sifat kerahasiaan yang bersifat relatif, yang dalam banyak hal bersifat kasuistis. Mungkin saja suatu informasi telah diketahui oleh pihak lain, bahkan sejumlah orang tertentu, namun hal itu tidak menghilangkan kerahasiaan (*secrecy*), asalkan dari informasi tersebut masih dapat memberikan nilai komersial. Sifat relative dari kerahasiaan juga dengan melihat tingkat kesulitan untuk memperoleh informasi tersebut. Tidak ada *secrecy* untuk informasi yang telah menjadi pengetahuan umum (*public*

¹⁴⁹ Rahmi Jened III. *Op. Cit.*, h. 219.

knowledge) atau milik umum (*public domain*).¹⁵⁰ Namun kumpulan baru. dari unsur-unsur yang telah menjadi pengetahuan umum mungkin menjadi informasi yang mengandung *secrecy*, misalnya, seseorang menyusun *customer list* berikut kebutuhannya berdasarkan buku telephone.

Kerahasiaan bersifat relatif (*relative secrecy*) dapat dilihat dalam kasus *Terapin v. Builder's Supply Co. (Hays) Ltd.*¹⁵¹ Kasus ini terkait dengan *Builder* yang awalnya selaku pemasok kayu pada *Terapin* yang merupakan kontraktor rumah kayu sistem *knockdown*, kemudian berkembang menjadi pesaing *Terapin*. *Terapin* menggugat *Builder Supply* berdasarkan pelanggaran kepercayaan (*breach of fiduciary obligation*) dan pelanggaran kerahasiaan (*breach of confidentiality*). *Builder's Supply* mengajukan argumentasi bahwa informasi tentang rumah bisa dilihat dan dibaca pada brosur yang disebar *Terapin* untuk konsumennya. Hakim *Roxbourgh* dalam putusannya mengetengahkan *springboard doctrine* dengan pernyataannya bahwa:¹⁵²

...a person who has obtained information in confidence is not allowed to use it as a spring-board for activities detrimental to the person who made the confidential communication, and springboard it remains even when all the features have been published or can be ascertained by actual inspection by any member of the public...

¹⁵⁰ Philip Griffith Griffith, Philip, "Trade Secret", Bahan Ajar Training of Trainers of Intellectual Property Rights (ToT of IPR), University of Technology Sydney (UTS), Sydney, September - Desember 1997, h. 5-6. Bisa juga dirujuk pada Earl W. Kintner dan Jack Lahr, *Op.Cit.*, h. 151-154.

¹⁵¹ *Ibid.*, h. 6-7 Bandingkan Jill Mc Keough, *Op. Cit.*, h. 82-83.

¹⁵² *Ibid.*

Berdasarkan kasus tersebut, meskipun gambaran secara aktual dapat dilihat dalam brosur, tetapi tidak mengurangi nilai komersial informasi. Publikasi secara luas tidak fatal, asalkan masih ada *secrecy* yang tertinggal yang memiliki nilai komersial. Kasus ini juga mengetengahkan bahwa seseorang yang mempelajari informasi pada saat terikat kewajiban untuk menyimpan rahasia tidak boleh menggunakannya sebagai papan loncat untuk keuntungan dirinya. Orang tersebut tetap dibebani kewajiban menyimpan rahasia dan kerahasiaan dianggap terus berlangsung, meskipun informasi tersebut telah tersedia untuk umum. Kemungkinan untuk dilakukan *reverse engineering* (rekayasa ulang) tidak menjadikannya menjadi informasi umum, tetapi tergantung pada tingkat kesulitan untuk memperoleh informasi itu.¹⁵³

Pada prinsipnya sifat kerahasiaan (*secrecy*) dapat dipenuhi apabila perolehan dan penggunaan informasi sangat sulit dilakukan dengan cara-cara yang layak. Informasi dianggap dijaga kerahasiaannya, apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut untuk menjaga kerahasiaan. Beberapa cara untuk membuktikan adanya upaya yang cukup adalah membuat komunikasi secara tegas, membuat catatan, membuat peringatan, membuat perjanjian ataupun menerapkan berbagai macam sanksi yang dapat diupayakan.¹⁵⁴ Informasi diterima dalam suatu komunikasi yang secara tegas membebaskan kewajiban menyimpan rahasia. Dalam hal ini pihak penerima informasi terikat kewajiban untuk menjaga

¹⁵³ *Ibid.*

¹⁵⁴ Rahmi Jened III, *Op.Cit.*, h.221.

kerahasiaan, sementara pemberi informasi tidak boleh memberitahukan informasi yang sama kepada pihak lain.¹⁵⁵

Informasi diterima dalam suatu hubungan yang mensiratkan kewajiban untuk menyimpan kerahasiaan. Beberapa hubungan menimbulkan kewajiban untuk menyimpan kerahasiaan informasi yang dipelajari selama hubungan itu berlangsung, seperti hubungan dokter dan pasien, pengacara dan klien, pegawai dan majikan dan lainnya. Dalam hal ini, pihak penerima informasi harus mengerti bahwa perolehan informasi tersebut untuk tujuan terbatas, misalnya dalam konteks etik profesional.¹⁵⁶

Informasi diperoleh tanpa adanya kesepakatan pihak yang secara hukum memiliki kontrol atas informasi, seperti perolehan informasi melalui kegiatan mata-mata industri, pembajakan data komputer, pencurian informasi ataupun pengambilalihan informasi secara tidak disengaja. Meski doktrin *breach of confidence* agak sulit menetapkan tanggungjawab, namun ada suatu pandangan bahwa kewajiban untuk menjaga kerahasiaan tetap ada dan dibebankan pada orang yang memperoleh informasi tanpa kesepakatan pemilik atau pihak yang secara hukum memiliki kontrol terhadap informasi tersebut.¹⁵⁷

Dalam kasus dimana informasi telah disalahgunakan tanpa persetujuan pihak yang secara hukum memiliki kontrol atas informasi, maka setiap penggunaan atau pengungkapan informasi akan dianggap sebagai tanpa

¹⁵⁵ Philip Griffith, *Op. Cit.*, h. 6-8.

¹⁵⁶ *Ibid.*

¹⁵⁷ *Ibid.*

wewenang. Lagipula, meski telah memperoleh persetujuan, namun hal itupun harus dianggap hanya layak digunakan atau diungkapkan kepada orang-orang yang berkepentingan dan tidak bebas untuk setiap orang. Hal ini berarti bahwa informasi hanya boleh digunakan dan diungkapkan untuk tujuan yang terbatas (*limited purpose*).¹⁵⁸ Dengan demikian, kerahasiaan hanya untuk tujuan yang terbatas, sehingga penggunaan atau pengungkapan untuk tujuan di luar tujuannya yang terbatas itu akan dianggap sebagai *breach of confidence*.¹⁵⁹

Banyak kasus yang terjadi, dimana penggunaan informasi secara menyimpang tidak berasal dari pihak kedua yang memperoleh informasi tersebut dari pihak yang secara hukum memiliki kontrol atas informasi, tetapi dilakukan oleh pihak ketiga. Dalam hal ini pengadilan menekankan bahwa pihak ketiga meski tidak bersalah pada saat menerima informasi, tetap memiliki kewajiban untuk menyimpan rahasia seketika mereka diberitahu adanya pelanggaran kerahasiaan.¹⁶⁰ Hal terpenting dalam menegakkan hak rahasia dagang adalah harus ditunjukkan upaya yang cukup untuk menjaga kerahasiaan. Upaya tersebut dapat ditempuh selain melalui perjanjian kerja yang bersifat konvensional, juga dengan mengikat para karyawan apapun level sesuai kompetensinya untuk menandatangani perjanjian untuk menyimpan kerahasiaan selama dan ketika menjadi karyawan, bahkan untuk selama waktu tertentu (lazimnya untuk waktu 2 tahun) setelah mereka tidak lagi berstatus sebagai

¹⁵⁸ *Ibid.*

¹⁵⁹ Jill Mc. Keough, *Op. Cit.*, h. 86-87.

¹⁶⁰ Philip Griffith, *Op. Cit.*, h. 6-7 Bandingkan Jill Mc Keough, *Op. Cit.*, h. 82-83.

karyawan Perum Pegadaian. Ini adalah salah satu cara yang efektif untuk menyimpan rahasia, di samping cara lain, misalnya dengan menggunakan sarana teknologi pendukung untuk mengakses data, membatasi karyawan, atau memberikan akses hanya dan secara khusus untuk karyawan sesuai bidang pekerjaan yang sesuai tupoksinya.

Berdasarkan Pasal 4 UU No. 30/2000 Perum Pegadaian sebagai pemilik rahasia dagang memiliki hak eksklusif (*exclusive right*) untuk mengeksploitasi haknya dengan cara menggunakan (*to execute*) sendiri rahasia dagang yang dimilikinya, atau memberi lisensi (*to license*), atau bahkan mengalihkan haknya (*to assign*) kepada pihak lain (Pasal 5 UU No.30/2000).

3. Strategi penyadaran HKI sebagai Asset Tidak Berwujud dari Perum Pegadaian

Dalam rangka perolehan HKI perlu dicermati status hukum kepemilikan hak (*ownership*) atas kreasi intelektual yang menyangkut ciptaan, invensi, atau desain dari sumber daya manusia di perusahaan. Dilihat dari proses pembuatan kreasi intelektualnya, maka secara umum untuk pertamakalinya bahwa orang alamiah (*naturlijk persoon*) selaku pencipta, inventor, pendesain memiliki hak mendaku dan mendahului atas kreasi intelektualnya sebelum terjadi *transfer of exploitation rights* kepada Perum Pegadaian.

Dilihat dari pelaksanaan suatu perjanjian, kepemilikan dapat ditentukan melalui perjanjian yang dibuat oleh pencipta, inventor, pendesain kreasi intelektual dengan pihak lain, seperti Perum Pegadaian sebagai intitusi dimana mereka bekerja. Dalam hal ini sesungguhnya para pihak bebas untuk membuat perjanjian apapun yang mereka kehendaki, asalkan tidak bertentangan dengan

undang-undang, kesusilaan, ketertiban umum serta memperhatikan asas-asas itikad baik (*good faith*) dalam perjanjian. Keterikatan pada perjanjian bisa dilakukan secara lisan maupun tertulis, namun untuk perjanjian lisensi atau pengalihan HKI harus dilakukan secara secara tertulis.

Beberapa bidang HKI timbul karena pendaftaran (*first to file system*), sehingga sangat penting untuk menentukan siapa yang memiliki kewenangan berhak untuk mendaftarkan suatu kreasi intelektual. Subyek yang tercantum dalam sertifikat dianggap sebagai pemegang hak yang memiliki hak eksklusif, khususnya yang bersifat hak ekonomi (*economic right*), tanpa menafikan hak moral (*moral right*) perorangan alamiah sebagai pencipta, inventor atau pendesain yang sesungguhnya yang namanya tetap tercantum dalam sertifikat (kecuali merek).

Kewenangan Perum Pegadaian selaku pihak pemegang HKI, pada dasarnya muncul dari hubungan yang didasarkan pada hubungan dinas (jika dengan karyawan) atau hubungan pekerjaan (misalnya dengan PT Telkom Indonesia). Kepemilikan dalam rangka hubungan dinas sebagai akibat dari persyaratan dan kondisi yang tersurat dalam suatu perjanjian kerja, atau yang melekat pada perjanjian lain yang tidak terpisahkan dengan perjanjian kerja, atau persyaratan-persyaratan yang tersirat dan kewajiban yang dibebankan padanya oleh pemberi kerja, atau ketentuan khusus yang timbul karena undang-undang. Kepemilikan dalam rangka hubungan kerja atau karya pesanan timbul berdasarkan klausula perjanjian, berdasarkan pertimbangan yang bernilai (*valuable consideration*).

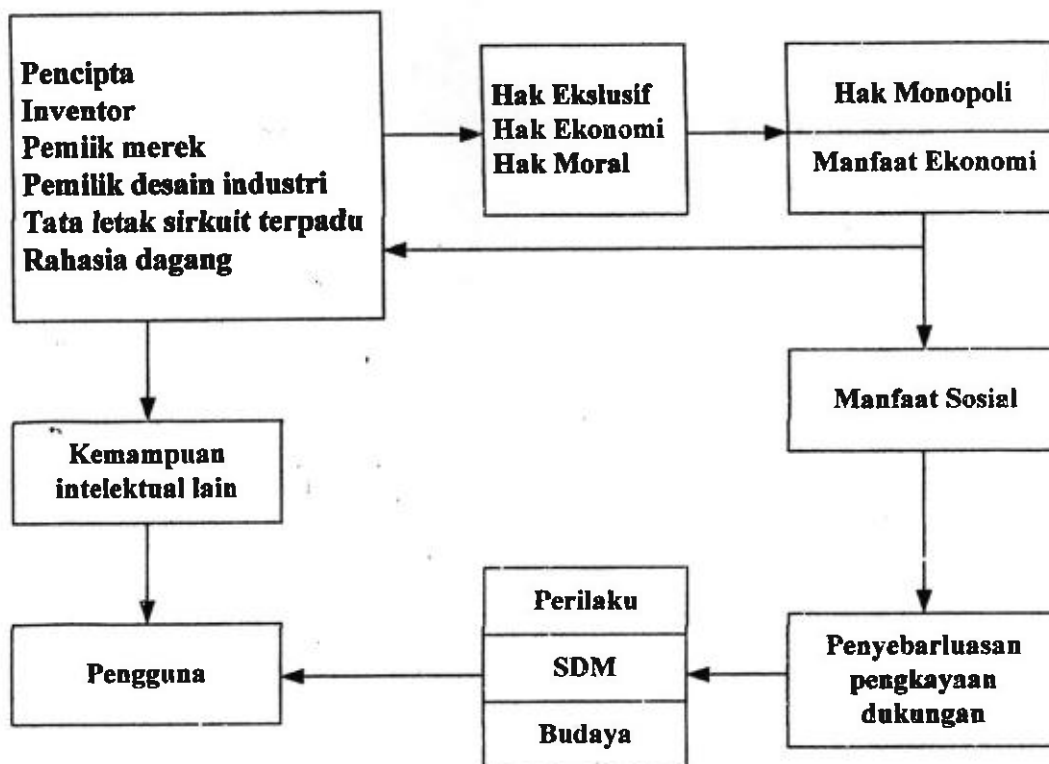
Selain itu, ketentuan khusus yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan di bidang HKI juga berpengaruh untuk menentukan kepemilikan HKI. Dengan demikian manakala suatu ciptaan, invensi, tanaman hasil budi daya, merek, dan desain industri yang dibuat dalam rangka hubungan dinas dengan Perum Pegadaian, lebih-lebih jika menggunakan fasilitas perusahaan, maka pemegang hak cipta, paten, hak varitas tanaman, hak atas merek, dan hak desain industri adalah perusahaan Perum Pegadaian, kecuali ada perjanjian secara khusus.

Kejelasan status kepemilikan HKI nantinya akan memiliki implikasi bahwa subyek adalah pemegang hak eksklusif untuk menggunakan kreasi intelektualnya. Hak ini merupakan hak monopoli yang dibenarkan oleh hukum (*legalized monopoly*) artinya selain pemegang HKI, pihak lain secara tanpa izin, tidak dibenarkan menggunakan kreasi intelektualnya dan melaksanakan apa yang menjadi haknya. Hak eksklusif ini memberikan hak untuk melakukan eksploitasi atas kreasi intelektualnya, seperti, menggunakan sendiri, atau memberi izin pihak lain, atau mengalihkan hak kepada pihak lain.

Pemegang HKI berdasarkan hak eksklusifnya dapat meminta pemulihan jika haknya dilanggar melalui sarana penegak hukum yang ada, termasuk melalui permohonan Penetapan Sementara Pengadilan agar pihak yang melanggar menghentikan perbuatannya yang bersifat melanggar tersebut. Hak eksklusif ini juga memberikan pemegangnya kemampuan untuk secara eksklusif melakukan pengawasan, pengembangan maupun eksploitasi atas kreasi intelektualnya, sekaligus bertanggung jawab dan bertanggung gugat atas keabsahan HKInya.

Perlindungan HKI makin dirasakan penting, manakala disadari adanya keterbatasan sumber daya alam. Sedangkan HKI yang bersumber dari kemampuan intelektual manusia yang menjadi basis sumber daya manusia sifatnya tidak terbatas. HKI adalah barang bergerak yang bersifat *intangible* dan memiliki nilai ekonomis yang sangat besar. Secara teoritis, seseorang atau pihak pemegang HKI akan memiliki hak eksklusif untuk memonopoli ciptaan, invensi, desain, hasil kreasinya selama jangka waktu tertentu. Hak eksklusif ini memiliki dimensi hak ekonomi (*economic right*) dan hak moral (*moral rights*). Hak ekonomi lazimnya mendatangkan kompensasi secara ekonomi, misalnya, royalty. Sedangkan, dimensi hak moral (*moral right*) mengabadikan integritasnya atas kreasi intelektual yang bersangkutan.

Di samping itu ada manfaat sosial dalam bentuk-bentuk penyebarluasan, pengkayaan dan dukungan yang berguna bagi pengembangan sumber daya manusia. Pengembangan ini akan mempengaruhi perilaku dan dalam ruang lingkup yang lebih besar akan membentuk suatu budaya yang mampu merubah masyarakat pengguna untuk mengembangkan potensi dirinya, sehingga diharapkan yang bersangkutan akan menjadi pencipta, inventor, pendesain baru. Hal ini dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut:



Mencermati materi apa yang menjadi obyek perlindungan HKI, memberikan pemahaman pentingnya HKI ini. HKI terlibat dari awal produk sampai produk tersebut dipasarkan. HKI berujud paten atau rahasia dagang telah terlibat sejak awal pemilihan teknologi suatu produk dan di akhir produk HKI hadir dalam bentuk merek. HKI sebagai suatu asset tidak terlepas dari komponen asset bisnis perusahaan. Menurut Helianti Hilman¹⁶¹ bahwa:

Asset bisnis dari suatu perusahaan umumnya terdiri dari:

1. Modal Kerja (*working capital*)
Modal yang berupa kelebihan aset saat ini terhadap kewajiban saat ini.
2. Aset keras (*tangible asset*)
Untuk keperluan operasi perusahaan seperti tanah, pabrik, peralatan dan lain sebagainya
3. Aset lunak tidak berwujud (*intangible asset*)
 - a. Aset lunak yang teridentifikasi (*identifiable intangible asset*) seperti Hak Cipta, Paten, Merek dll.

¹⁶¹ Helianti Hilman, *Pengelolaan HKI*, Ditjen Dikti Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta, h.5.

protection), namun seyogianya tetap didaftarkan ciptaan kreasi intelektualnya untuk menyediakan bukti awal yang cukup jika terjadi sengketa. Khusus untuk rahasia dagang harus ditempuh upaya yang cukup dan layak oleh perusahaan untuk menjaga kerahasiaan informasi yang dilindungi rahasia dagang. Perolehan hak dan pemeliharaan HKI akan menjadi sarana preventif dan represif jika terjadi pelanggaran haknya bahkan jika ada gugatan keabsahan HKI nya oleh pihak ketiga.

Ketiga, dengan perolehan dan pemeliharaan HKI secara konsisten, maka di masa yang akan datang hal ini akan mampu meningkatkan pendapatan perusahaan (*company revenue*) dan memaksimalkan keuntungan (*generate profitability*).

Keempat, Perum Pegadaian secara terus menerus harus melakukan pencitraan, melakukan *image building* dalam seluruh aktivitasnya, selain untuk membangun loyalitas konsumen juga untuk membangun *performance* yang disegani oleh kompetitornya.

Kelima, Perum Pegadaian harus membangun strategi pengembangan bisnis dengan sistem manajemen yang konsisten (*business growth strategy with a consistent management system*). Disini pentingnya loyalitas personalia Perum Pegadaian pada perusahaan dalam membangun budaya bisnis yang beretika untuk selalu menghargai kreasi intelektual. Loyalitas kepada perusahaan termasuk untuk tidak mengungkapkan informasi yang menjadi rahasia dagang perusahaan, sekalipun dengan "bujukan" kompensasi ekonomi yang menjanjikan.

Akhirnya dari seluruh strategi yang ada, yang paling penting adalah membangun budaya perusahaan (*corporate culture*) dan budaya HKI (*IPR culture*) pada Perum Pegadaian.

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. Kreasi intelektual Perum Pegadaian yang berpotensi HKI mencakup produk jasa perkreditan dan produk lainnya. Produk jasa perkreditan meliputi KCA, AR-RAHN, ARRUM, MULIA dan KREASI. Sedangkan produk lain meliputi Jasa Titipan, Jasa Taksiran, KUCICA, Jasa Lelang Properti dan Sewa Gedung. Namun sayangnya potensi HKI belum terlindungi secara maksimal.
- b. Potensi HKI pada Perum Pegadaian yang terkait dengan produk dan aktivitasnya meliputi hak cipta, paten, hak varitas tanaman, hak merek, hak desain industri dan hak rahasia dagang. Hak cipta merupakan perlindungan hukum untuk hampir semua kreasi intelektual Perum Pegadaian yang berupa buku, rekaman video, foto, program komputer dan lain-lain. Paten untuk invensi berupa metode bisnis (*business method*). Potensi terbesar untuk merek PEGADAIAN, baik sebagai merek dagang dan/atau merek jasa. Desain industri untuk beberapa kreasi yang mengandung nilai estetika, seperti kantung mas dan mata itiknya. Rahasia dagang juga sangat potensial bagi Perum Pegadaian yang harus dilindungi secara maksimal.
- c. Strategi penyadaran HKI sebagai asset tidak berwujud dari Perum Pegadaian tentunya harus dimulai dari sumber daya manusianya. Kesadaran nilai ekonomi (*economic value*) dari HKI dan manfaat HKI

yang tidak saja sebagai keunggulan kompetitif (*competitive advantages*) bahkan keunggulan kepemilikan (*the ownership advantages*) harus menjadi bagian dari budaya perusahaan (*corporate culture*) dan untuk itu perlindungan hukum atas kreasi intelektual melalui sistem HKI menjadi sangat signifikan.

2. Saran

- a. Pemetaan HKI telah dilakukan, sehingga perlu langkah konkrit untuk mewujudkan perlindungan HKI yang maksimal bagi Perum Pegadaian. Untuk itu pengelolaan pendaftaran (*application management*), termasuk pemeliharaan (*maintenance*) HKI perlu segera dilaksanakan;
- b. Sejalan dengan upaya (a) tersebut, sosialisasi dalam bentuk pelatihan, pendampingan, konsultasi tentang segala permasalahan yang menyangkut HKI perlu dilakukan untuk memberikan pengetahuan (*knowledge*) dan pemahaman (*acknowledgement*) yang layak (*appropriate*) bagi seluruh sumber daya manusia perusahaan;
- c. Perlunya penguatan eksistensi dan kompetensi Biro Hukum pada Sekretariat Perusahaan yang tidak hanya menangani masalah hukum pada umumnya, tetapi juga masalah legalitas dan penegakkan hak milik, diantaranya, HKI perusahaan;
- d. Kerjasama yang lebih intensif dengan kalangan akademisi, khususnya Fakultas Hukum Universitas Airlangga perlu ditingkatkan berbasis pada prinsip kerjasama yang saling menguntungkan (*simbiosis mutualistik*), lebih-lebih di era *knowledge-based economy* saat ini.

DAFTAR BACAAN

Australian Government, "The Economics of Patent", Bureau of Industry Economics, 1997

Bandey, Brian, *International Copyright in Computer Program Technology*, CLT Professional, Birmingham, UK, 1996

Black, Henry Campbell, *Black's Law Dictionary*, West Publishing, St. Paul Minn, 1997

Bomhard, Verena V., "European Trademark Law", Bahan Ajar pada Pelatihan dalam Rangka Kerjasama Masyarakat Uni Eropa dan Asia di Bidang Hak Kekayaan Intelektual (European Community and ASEAN Intellectual Property Rights Co-operation Programme - ECAP II), European Patent Office (EPO) bekerjasama dengan Max Planck Institute, Munchen, Jerman, Nopember 2004

Brauneis, Robert, US Trademark Law, Bahan Ajar pada Pelatihan dalam Rangka Kerjasama Masyarakat Uni Eropa dan Asia di Bidang Hak Kekayaan Intelektual (European Community and ASEAN Intellectual Property Rights Co-operation Programme - ECAP II), European Patent Office (EPO) bekerjasama dengan Max Planck Institute, Jerman, Desember, 2005

Briffa, Margareth dan Lee Gage, *Design Law: Protecting and Exploiting Right*, The Law Society, London, 2004

Budi Maulana, Insan, *Perlindungan Merek Dari Masa Kemasa*, Citra Aditya Bhakti, Bandung,

Carthy, Thomas Mc., *Trademark and Unfair Competition*, 4ed., West Group, US, 2000

Chisum, Donald S. and F. Scott Kieff, *Cases and Material Principle of Patent Law*, Third Edition, Thomson, Foundation Press, New York, 2004

Gastinel, Eric, dan Mark Milford, *The Legal aspects of Community Trade Mark*, Kluwer Law, London, 2002

Gautama, Sudargo, dan Riza Riwanata, *Komentar Atas Undang-Undang Merek*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1993

Griffith Griffith, Philip, "Trade Secret", Bahan Ajar Training of Trainers of Intellectual Property Rights (ToT of IPR), University of Technology Sydney (UTS), Sydney, September - Desember 1997

Hambrug, Bruce, *1984-1985 Paten Law Handbook*, Clark Boardman, New York, 1984.
Harahap, Yahya, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU No. 19/1992*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996

Hilman, Helianti, *Pengelolaan HKI*, Ditjen Dikti Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta, 2003

Hildreth, Ronald B., *Patent Law: A Practitioners Guide*, Practising Law Institute, New York, 1993

Holmes, William C., *Intellectual Property and Antitrust Law*, Clark Boardman, New York, 1983

<http://www.shearman.com/ip-and-technology-litigation-financial-services> "Shearman & Sterling, Intellectual Property and Technology Litigation", diakses 21 April 2010, h. 1-3

Jened, Rahmi, *HKI: Penyalahgunaan Hak eksklusif*, Airlangga University Press, Surabaya, 2006

....., *Diktat Hukum Paten*, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, 2000

Jened, Rahmi at. all, *Pengalihan saham Perusahaan Kepada Koperasi*, Laporan Penelitian OPF, Universitas Airlangga, 1993

..... Rahmi Jened, "Perlindungan Hukum Desain Industri dan Rahasia Dagang", Seminar HKI, IP Clinic- IIPS dan JIII, Surabaya, Mei 2000

....., "Perlindungan Hak cipta atas program komputer", *Warta Advocat*, No.1/Mei 2000

....., “ Perlindungan Trade Secret Dalam rangka Persetujuan TRIPs”, *Yuridika*
Vo.14 No. 1 Januari- Februari 1999

....., *Perjanjian BOT Untuk Sarana Infrastruktur*, Laporan Penelitian DP3M,
Ditjen Dikti, 2003

....., *Legal Opinion atas Peninjauan Kembali kasus Garuda v. Honda*

....., Pendapat Hukum (legal opinion) atas kasus yang dihadapi Perum
Pegadaian dengan Mega Bank dengan situs websitenya (<http://www.megasyariah.co.id/>),
yang diberikan berdasarkan Surat Permintaan Sekretaris Perusahaan Perum Pegadaian
No. 849/SP.300233/2008 tanggal 21 Oktober 2008

....., Legal Opinion, Surabaya Februari 2010 berdasarkan Surat permintaan dari Z &
P. No. 13/AP3/ZNP/PGD/II/10 tanggal 1 Februari 2010 tentang Permintaan Pendapat
Hukum Keterangan Ahli terkait dengan Perkara di Pengadilan Negeri/ Pengadilan Niaga
Makasar

Kintner, Earl W. dan Jack Lahr, *An Intellectual Property Law Primer*, Clark Boardman, New
York, 1983

Lahore, James, *Copyright*, Butterworth, Sydey, 1977

Margono, Suyud dan Amir Angkasa, *Komersialisasi Aset Intelektual*, Grasindo, 2002

Morton, Chris, “Business-Method Patents: of Questionable Validity? Amazon.com Inc. v.
Barnesandnoble.com.Inc., 239 F.3d 1343 (Fed.Cir.2001)”, *Computer Law Review and
Technology Journal Vol VI*

Mc.Keough, Jill dan Andrew Stewart , *Intellectual Property In Australia*, Sec. Edition,
Butterworths, 1997

....., *Intellectual Property Commentary and Materials*, Lawbook, Australia,
2002

Paradise, Paul, R. , *Trademark, Counterfeiting, Product Piracy, and the Billion Dollar Threat to the U.S. Economy*, Quorum Book, London, 1999

Perum Pegadaian, *Laporan Tahunan (Annual Report) 2008*, Jakarta, 2008

....., *Company Profile* , Jakarta, 2009

....., Pegadaian Kredit Cepat Aman (KCA), Jakarta, 2008

....., Pegadaian Kredit Serba Guna (KRESNA), Jakarta, 2008

....., Pegadaian Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI), Jakarta, 2008

....., Pegadaian Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA), Jakarta, 2008

....., Pegadaian Kredit Usaha Rumah Tangga (KRISTA), Jakarta, 2008

....., Gadai Syariah (RAHN) dan Kredit Ar Rahn untuk Usaha Mikro (ARRUM), Jakarta, 2008

....., Pegadaian Kredit Perumahan Swadaya (KREMADA), Jakarta, 2008

....., Pegadaian Kredit Tunda Jual Gabah (KTJG), Jakarta, 2008

....., Gadai Efek (INVESTA), Jakarta, 2008

....., Pegadaian Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (MULIA), Jakarta, 2008

....., Kiriman Uang Cara Instant, Cepat dan Aman (KUCICA), Jakarta, 2008

....., Pegadaian Jasa Titipan dan/atau Jasa Taksiran, Jakarta, 2008

....., Pegadaian Properti dan/atau Usaha Sewa Gedung, Jakarta, 2008

....., Jasa Lelang, Jakarta, 2008

....., Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, Jakarta, 2008

Strauss, Dres.h.c. Josef, "Europeant Patent", Bahan Ajar pada Pelatihan dalam Rangka Kerjasama Masyarakat Uni Eropa dan Asia di Bidang Hak Kekayaan Intelektual (European Community and ASEAN Intellectual Property Rights Co-operation Programme - ECAP II), European Patent Office (EPO) bekerjasama dengan Max Planck Institute, Jerman, Nopember, 2005

Strong, William S., *The Copyrights Book A Practical Guide*, The NIRP Press, Canbridge, 1993

Takaharu Hibino, "Patent Strategy for the 21st Century", *ToT for Practitioners*, AOTS_JIII, Japan, Februari 2003

Temporal, Paul, *Advanced Brand Management From Vision to Valuation*, John Wiley & Son, 2002

Wagner, Harold C., *Patent Harmonization*, Sweet & Maxwell, London, 1993