

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang universal, yang artinya dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat. Ajaran-ajaran kehidupan manusia, baik hubungan antara manusia dengan Allah (*habl min al- Allah*) maupun hubungan manusia dengan manusia (*habl min al-nas*). Dengan hal itu, ajaran agama Islam yang berisikan aqidah dan syariah yang berguna dalam mengatur tingkah laku serta bagaimana manusia menjalankan kehidupan, salah satunya dalam kegiatan ekonomi. Bila kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia sesuai dengan syariat Islam serta tidak hanya berbasis materi saja, maka kegiatan tersebut akan bernilai suatu ibadah. Pada dasarnya, kegiatan jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang sangat dibutuhkan manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya jual beli, maka akan timbul rasa saling membantu dalam bidang ekonomi. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa manusia sebagai makhluk sosial yang dalam memenuhi kebutuhan hidup saling bergantung antar manusia dengan manusia lainnya.

Banyak interaksi yang dapat dilakukan manusia dengan memiliki tujuan agar kebutuhan hidup sehari-hari dapat terpenuhi. Maka peran Islam sebagai agama yang sempurna mengatur segala bentuk kehidupan, salah satunya, yakni terkait muamalah. Praktik muamalah yang disyariatkan oleh Allah yaitu adanya jual beli. Jual beli merupakan akad yang diperbolehkan, hal ini berlandaskan pada dalil-dalil yang terdapat dalam Al-Qur'an, Al-Hadist maupun ijma. Adapun dasarnya dalam Al-Qur'an salah satunya terdapat dalam surah An-Nisaa' ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu*

*membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisaa’/4: 29)*

Ayat di atas menetapkan larangan bagi manusia memakan harta milik orang lain secara batil. Ayat ini juga memberikan pemahaman bahwa upaya untuk mendapatkan harta tersebut harus dilakukan dengan adanya kerelaan semua pihak dalam transaksi, seperti kerelaan antara penjual dan pembeli. Secara kontekstual sebenarnya al-Qur’an dan al-hadist tidak menjelaskan tentang konsep-konsep hak atas kekayaan intelektual, tetapi para ulama berupaya merumuskan prinsip-prinsip ekonomi syariah, sehingga dari prinsip-prinsip tersebut dapat diperoleh konsep tentang hak atas kekayaan intelektual sesuai dengan syariat Islam.

Muamalah menurut istilah syariat Islam ialah suatu kegiatan yang mengatur hal-hal yang berhubungan dengan tata cara hidup sesama umat manusia untuk memenuhi keperluan hidup sehari-hari. Sedangkan yang termasuk dalam kegiatan muamalah diantaranya adalah jual beli, sewa menyewa utang piutang, pinjam meminjam dan lain sebagainya.<sup>1</sup> Mengenai muamalah, Allah menetapkan Undang-Undang yang umum dan dasar-dasar yang umum. Allah melakukan yang demikian supaya sesuai dengan keadaan muamalah yang terus menerus mengalami perubahan dan menghendaki kesempurnaan.

Dasar pokok umat Islam dalam urusan muamalah adalah kebolehan menyusun, mengatur, dan mengerjakan segala apa yang dikehendaki selama belum ada larangan yang dikehendaki serta selama belum ada larangan yang mencegahnya atau mengharamkannya.<sup>2</sup> Atau dapat dikatakan yang menjadi pokok asalnya, yakni boleh melakukan apa saja yang dianggap baik dan mengandung suatu kemaslahatan bagi umat manusia, kecuali yang diharamkan oleh Allah Swt.

Terkait dengan Hak Kekayaan Intelektual di dalam hukum positif. Sebenarnya di Indonesia, Hak Kekayaan Intelektual atau sering disingkat HKI sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan, salah satunya

---

<sup>1</sup> Abdul Rahman Ghazaly dkk, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 3.

<sup>2</sup> Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Hukum Islam* (Jakarta: Bulan Bintang, 1981), 91.

pengaturan terkait merek. Pengaturan terkait merek di Indonesia telah mengalami empat kali perubahan dengan penggantian Undang-Undang secara umum perkembangan pengaturan merek di Indonesia, yakni sebagai berikut.

Peraturan tentang merek pertama yang dibuat oleh pemerintah adalah Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan. Sebelumnya, Indonesia menggunakan Undang-Undang Merek Kolonial pada tahun 1992 tentang Merek. Kemudian pada tahun 1997, pemerintah melakukan pembaharuan dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek, dan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, dan terakhir diubah melalui Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Jika ditelaah lebih lanjut, merek merupakan bagian dari HKI yang sudah ada sejak zaman Indonesia merdeka.

Perkembangan industri di berbagai bidang produksi saat ini tidak diikuti dengan penghargaan akan hak kekayaan intelektual. Hasil kemampuan intelektual manusia melahirkan berbagai temuan dalam bidang industri dan teknologi. Hasil intelektual manusia juga yang menghasilkan tanda pembeda antara produk maupun jasa yang diproduksi oleh produsen, sehingga memudahkan konsumen untuk membedakan masing-masing produk maupun jasa yang diproduksi oleh para produsen tersebut. Di era ekonomi saat ini membuat beberapa banyak produsen yang kerap kali menggabungkan produk bermerek yang *original* dengan yang palsu atau kerap kali disebut dengan produk tiruan, karena yang tiruan tersebut secara fisik bila dilihat oleh mata terlihat mirip dengan yang asli.

Dengan semakin berkembangnya pula kegiatan ekonomi di dalam suatu kehidupan masyarakat, seperti halnya praktik jual beli. Maka dari itu, terdapat berbagai macam jual beli, yakni penjual yang berjualan produk-produk *original* hingga produk-produk tiruan. Di salah satu pasar yang terdapat di Kabupaten Cirebon, yakni Pasar Sandang Tegalbugug yang berdasarkan pra-penelitian yang dilakukan peneliti, banyak penjual yang



melakukan praktik jual beli produk tiruan, seperti halnya kaus bermerek terkenal, para penjual produk tiruan tersebut menjual dengan harga kisaran Rp. 35.000-an, sedangkan harga produk *originalnya* memiliki harga diatas Rp. 150.000 untuk sebuah kaus. Marak terjadinya praktik jual beli produk tiruan di suatu pasar tidak terlepas karena rendahnya kesadaran masyarakat atas hukum hak merek itu sendiri serta karena ingin mencari keuntungan yang besar yang akan diperoleh apabila menggunakan merek terkenal.

Hal tersebut menjadi salah satu fenomena yang cukup menarik perhatian bagi peneliti dan mungkin pula menarik perhatian banyak orang, yakni fenomena terkait dengan adanya praktik jual beli produk-produk tiruan salah satunya, seperti produk tiruan kaus bermerek terkenal, yakni kaus bermerek 3Second dan Greenlight. Secara ekonomi memang memanfaatkan merek terkenal mendatangkan keuntungan yang cukup besar dan fakta dilapangan membuktikan adanya hal tersebut. Ada banyak cara untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup, salah satunya adalah dengan membeli barang-barang bermerek. Barang-barang dengan merek tersebut tentunya selalu dibandrol dengan harga yang tinggi. Akhirnya, masyarakat seringkali mengambil jalan pintas dengan membeli produk tiruan dari merek tersebut agar tetap terlihat bergaya. Seperti yang terjadi di pasar Sandang Tegalgubug Kabupaten Cirebon.

Terkait dengan berbagai kasus merek yang terjadi perlu untuk diketahui bahwasannya pengertian dari merek itu sendiri bilamana dilihat secara yuridis tercantum dalam pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016. Bunyi pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016, yakni sebagai berikut:

*“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/ atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/ atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/ atau jasa”.*<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Lembaran Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Praktik jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya praktik jual beli, maka akan timbul rasa saling membantu terutama di bidang ekonomi. Tetapi dalam praktik jual beli yang modern seperti sekarang ini yang sudah sangat rentan terhadap aksi penipuan, yang memanfaatkan merek terkenal dengan mendatangkan keuntungan yang cukup besar bagi penjual dan masyarakat seringkali mengambil jalan pintas dengan membeli produk versi tiruan dari merek terkenal dengan tujuan agar tetap terlihat bergaya di dalam suatu lingkungan sekitar. Seperti yang terjadi di salah satu pasar di Kabupaten Cirebon, yakni Pasar Sandang Tegalgubung yang memperjualbelikan kaus bermerek terkenal yang palsu atau merupakan merek tiruan. Hal tersebut bertentangan dengan prinsip-prinsip dalam Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka peneliti dirasa perlu mengkaji lebih lanjut terkait dengan praktik jual beli produk tiruan di Pasar Sandang Tegalgubug Kabupaten Cirebon.

## **B. Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

#### **a. Wilayah Kajian**

Penelitian ini berada dalam wilayah kajian Perbandingan Sistem Hukum dan Pemikiran dengan topik Hak Kekayaan Intelektual dalam Konsep Ekonomi Islam.

#### **b. Pendekatan Penelitian**

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif berupa narasi, yaitu pendekatan penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan penelitian ini memanfaatkan

wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang.<sup>4</sup>

## 2. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya masalah yang akan di bahas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini hanya akan membahas tentang Praktik Jual Beli Produk (kaus) Tiruan di Pasar Sandang Tegalgubug Cirebon yang ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

## 3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian skripsi ini, yaitu :

- a. Bagaimana Praktik Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Sandang Tegalgubug Kabupaten Cirebon?
- b. Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi syariah Terhadap Praktik Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Sandang Tegalgubug Kabupaten Cirebon?
- c. Bagaimana Tinjauan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan indikasi Geografis Terhadap Praktik Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Sandang Tegalgubug Kabupaten Cirebon?

## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini, adalah :

- a. Untuk Mengetahui Praktik Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Sandang Tegalgubug Kabupaten Cirebon.

---

<sup>4</sup> Lexy J. Meloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), 5.

- b. Untuk Mengetahui Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Sandang Tegalgubug Kabupaten Cirebon.
- c. Untuk Mengetahui Tinjauan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Terhadap Praktik Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Sandang Tegalgubug Kabupaten Cirebon.

## 2. Kegunaan Penelitian

### a. Kegunaan Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan, melatih kemampuan dalam mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan serta menambah keilmuan tentang penerapan hak kekayaan intelektual dan konsep ekonomi Islam dalam praktik jual beli produk tiruan.

### b. Kegunaan Teoretis

Untuk memberikan informasi dan memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam praktik jual beli produk tiruan berupa kaos di Pasar Sandang Tegalgubug Cirebon yang sekaligus dapat dijadikan sebagai bahan penelitian lebih lanjut.

### c. Kegunaan Praktis

Sebagai upaya untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai praktik jual beli produk tiruan berupa kaos di Pasar Sandang Tegalgubug Cirebon yang sesuai dengan hukum ekonomi syariah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dan untuk dijadikan sumbangan pemikiran bagi para pihak yang berkepentingan mengenai praktik jual beli produk tiruan berupa kaos di Pasar Sandang Tegalgubug Cirebon yang sesuai dengan hukum ekonomi syariah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.



#### D. Penelitian Terdahulu

Setelah peneliti melakukan berbagai penelusuran dan pencarian terkait judul penelitian ini, maka peneliti menemukan penelitian-penelitian yang telah dilakukan terdahulu yang relevan terhadap penelitian ini. Beberapa karya tulis yang berhasil ditemukan peneliti yang berhubungan dengan penelitian ini dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini. Adapun hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti yang pernah peneliti baca, yaitu sebagai berikut:

Hasil analisis Viva Hotmauli Napitupulu yang menghasilkan bahwa, fenomena vaksin palsu merupakan suatu indikator persaingan tidak jujur yang illegal (*illegal unfair competition*) untuk mencari keuntungan sebesar besarnya dengan melakukan pelanggaran merek berupa *imitations of labels and packaging* (peniruan dan kemasan suatu produk) dan juga *counterfeiting* (pemalsuan). Persamaan identik pada label merek vaksin terjadi berupa persamaan pada angka, huruf dan juga warna antara vaksin palsu dengan yang asli sebagai hasil dari penyidikan sebagaimana diatur di dalam Pasal 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hal ini telah menyebabkan kebingungan dan juga mengarahkan masyarakat atau konsumen kepada penggambaran yang keliru. Pelanggaran terhadap merek ini merugikan masyarakat maupun produsen yang memiliki merek yang dipalsukan itu.<sup>5</sup>

Terdapat persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti buat, yakni sama-sama membahas tentang jual beli suatu produk yang memiliki merek mirip produk asli atau dapat dikatakan bahwa produk yang dijual belikan tersebut merupakan produk palsu serta persamaan yang lainnya, yakni sama-sama berspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah peneliti membahas terkait jual beli suatu produk berupa kaus tiruan merek terkenal, sedangkan

---

<sup>5</sup> Viva Napitupulu, "Kajian Merek Pada Fenomena Vaksin Palsu Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis." (*Jurnal*, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, 2017), 16.



penelitian tersebut membahas terkait beredarnya vaksin palsu yang diperjual belikan.

Hasil analisis penelitian Sri Miati yang menyimpulkan bahwa, berdasarkan tinjauan etika bisnis Islam terhadap jual beli tas merek palsu di Pasar Sekampung pedagang masih belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Seperti prinsip tauhid (keesaan), prinsip tanggung jawab, belum terpenuhinya takaran yang baik dan benar serta adanya sumpah palsu terkait pemasaran barang. Pedagang di Pasar Sekampung tidak memalsukan merek tetapi menjual tas yang sudah bermerek palsu dari produsen. Adapun rukun dan syarat jual beli tersebut sudah memenuhi ketentuan syariat dengan adanya para pihak yang bertransaksi yaitu penjual dan pembeli, barang bahkan akad dalam jual beli tersebut.<sup>6</sup>

Terdapat persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti buat, yakni sama-sama membahas adanya tindakan produk mirip brand asli atau dapat dikatakan produk tiruan. Penelitian tersebut membahas mengenai etika bisnis Islam dalam jual beli tas imitasi serta membahas mengenai etika bisnis Islam perilaku pedagang pada jual beli tas imitasi di pasar Sekampung. Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini, yakni peneliti menggunakan landasan teori jual beli sementara penelitian tersebut menggunakan teori etika bisnis Islam.

Hasil analisis atas penelitian Hani Fatul Choiriyah yang menyimpulkan bahwa, Menurut Hukum Islam, praktik jual beli produk tiruan di Pasar Somoroto Kauman Ponorogo ini dibolehkan dan sah, meskipun yang menjadi objek jual beli adalah barang tiruan, hal ini karena menurut ulama Hanafiyah, yang menjadi rukun jual beli hanyalah kerelaan kedua belah pihak untuk berjual beli, atau saling memberikan barang dan harga barang, ini sama seperti pendapat ulama Hanabilah. Pedagang yang tidak memberitahu kualitas barang kepada konsumen dengan beranggapan konsumen sudah paham dari segi harga, hal ini tidak masalah apabila telah menjadi kebiasaan masyarakat dan menurut ulama Hanafiyah, yang menjadi

---

<sup>6</sup> Sri Miati, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Barang Palsu (Studi Kasus Pada Pedagang Tas Di Pasar Sekampung Lampung Timur)." (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, 2018), 74.

rukun jual beli hanyalah kerelaan kedua belah pihak untuk berjual beli. Akan tetapi, ada pula ulama yang mensyaratkan harus mengerti baik kualitas maupun kuantitasnya secara detail.<sup>7</sup>

Terdapat persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti buat, yakni sama-sama membahas mengenai kemiripan produk merek dagang terkenal. penelitian tersebut membahas mengenai peredaran barang bermerek terkenal tetapi palsu. Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini, yakni peneliti menggunakan landasan teori jual beli berspektif hukum ekonomi syariah serta hukum positif terkait merek, sementara penelitian tersebut menggunakan teori hukum Islam.

Hasil analisis atas penelitian Mohammad Fidyan yang menyimpulkan bahwa, sikap hukum para pedagang di Pasar Besar Kota Malang yang meliputi jual beli baju, topi, sepatu dan tas belum menunjukkan sikap positif terhadap implementasi perlindungan hak merek, kurangnya pengetahuan pedagang terhadap Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dikarenakan kurangnya sosialisasi dan penegakan hukum dari dinas terkait. Dalam hal ini tentunya tetap mengandung kemaslahatan, meskipun tidak sempurna,terdapat pihak yang dirugikan yaitu pemegang hak merek.<sup>8</sup>

Terdapat persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti buat, yakni sama-sama membahas tentang merek serta menggunakan perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian tersebut membahas mengenai aturan yang seharusnya diterapkan oleh pedagang barang tiruan di pasar tersebut. Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah peneliti tidak menggunakan teori masalah melainkan menggunakan teori jual beli.

---

<sup>7</sup> Hani Fatul Choiriyah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo." (*Skripsi*, Fakultas Syariah IAIN Ponorogo, 2018), 110.

<sup>8</sup> Mohammad Fidyan Mabruri, "Aturan Pedagang Barang Tiruan di Pasar Besar Kota Malang (Analisis Undang-Undang Hak Merek dan Masalah-Mursalah)." (*Skripsi*, Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019), 68.

Hasil analisis atas penelitian Windya Agustina Ramadhan yang menyimpulkan bahwa, praktik jual beli sepatu tiruan di Pasar Sarimulyo Kebondalem dari 5 pembeli yang sudah tahu maka jual belinya itu sah dan boleh dilakukan, karena tidak adanya unsur *gharar* dalam praktik jual beli tersebut. Sedangkan 1 pembeli yang tidak mengetahui akan kualitas barang tersebut maka jual belinya tidak sah dan tidak boleh dilakukan, karena terdapat unsur *gharar* dalam praktik jual beli tersebut. Sesuai dengan madzhab Maliki, jika *gharar* itu sedikit atau ringan, maka jual beli tersebut dimaafkan (diperbolehkan). Sebagaimana pendapat Imam Malik, diperbolehkannya jual beli segala sesuatu yang menjadi kebutuhan umum dan tingkat kesamaran atau ketidajelasannya relatif sedikit.<sup>9</sup>

Terdapat persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti buat, yakni sama-sama membahas tentang jual beli barang yang mirip produk asli yang diperjual belikan di pasar. Sedangkan perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah peneliti menggunakan landasan teori hukum ekonomi syariah serta Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, sementara penelitian tersebut menggunakan teori hukum Islam.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sedangkan teori yang digunakan adalah teori Hak Kekayaan Intelektual dalam konsep ekonomi Islam yang terkait dengan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam hal ini, peneliti ingin menjabarkan mengenai praktik jual beli produk tiruan. Tetapi terlebih dahulu peneliti akan menjelaskan teori yang mencakup teori jual beli, serta teori mengenai Hak Kekayaan Intelektual dalam Konsep Ekonomi Islam, yang dalam hal ini berfokus kepada hak merek.

---

<sup>9</sup> Windya Agustina Ramadhan, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Sepatu Tiruan (KW) (Studi Kasus di Pasar Sarimulyo Kebondalem Purwokerto)." (*Skripsi*, Fakultas Syariah IAIN Purwokerto, 2019), 78.



Menurut Sayyid Sabiq jual beli adalah tukar menukar harta dengan jalan suka sama suka (*an-taradhin*). Atau memindahkan kepemilikan dengan adanya penggantian, dengan prinsip tidak melanggar prinsip syariah. Hal ini membuktikan bahwa dalam pandangan Islam, motivasi manusia dalam melakukan aktivitas ekonomi adalah memenuhi kebutuhannya, dalam arti memperoleh kemaslahatan didunia dan diakhirat.

Sedangkan merek adalah bagian dari hak atas kekayaan intelektual yang saat ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang selanjutnya disebut UU MIG. Merek berfungsi sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya.<sup>10</sup>

Pada hakikatnya, seseorang membeli produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan. Seseorang membeli produk bukan hanya fisik semata, melainkan manfaat yang ditimbulkan oleh produk atau jasa yang dibeli. Jika suatu produk dibuat sesuai dengan dimensi kualitas, diperkuat dengan harga yang ditawarkan, serta promosi yang dapat menarik, maka dengan beberapa faktor tersebut akan mempengaruhi minat pembeli untuk membeli produk tersebut. Berbanding terbalik terkait dengan fenomena penjual yang menjual produk bermerek terkenal.

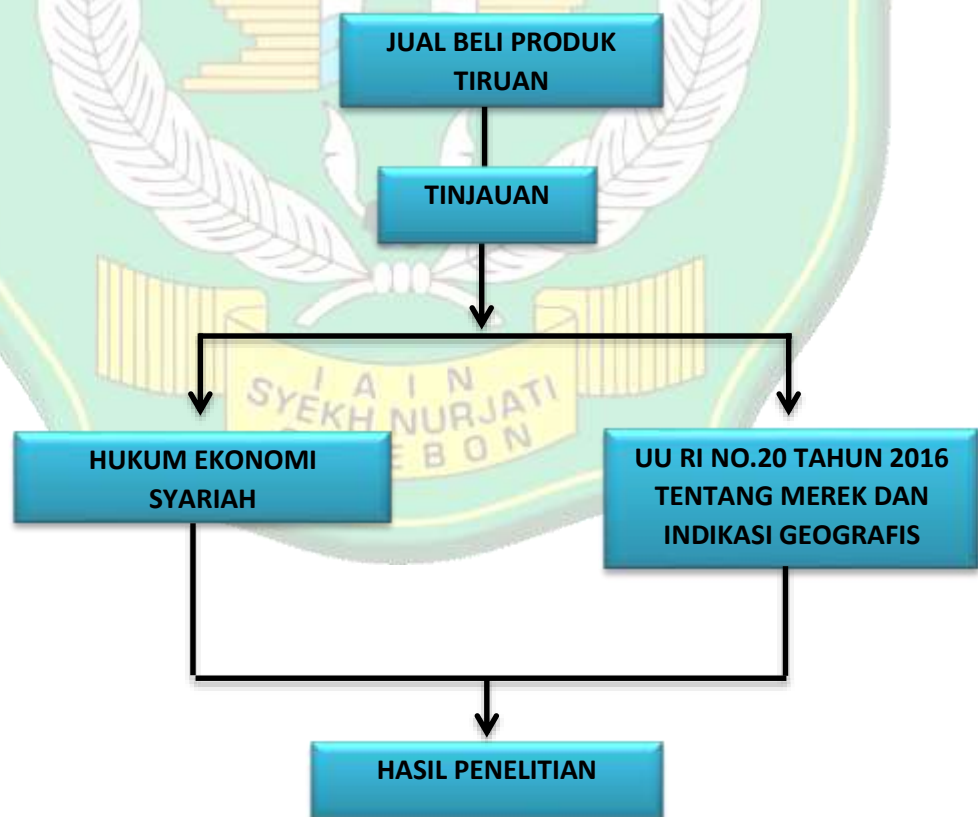
Dalam pelaksanaan hak atas merek ini kebanyakan tidak sesuai dengan apa yang ditentukan dan ditetapkan oleh Undang-Undang. Sehingga menimbulkan kerugian bagi pemilik atau pencipta merek. Tingkat konsumtif yang besar yang membuat industri lain memanfaatkan merek terkenal untuk mendapatkan keuntungan dan menjadikan merek terkenal dengan cara menirukan atau memalsukan merek tersebut. Peredaran barang palsu atau imitasi (selanjutnya disebut KW) sudah banyak beredar di pasaran, maraknya peredaran barang palsu tersebut membuat banyak pihak resah. Perbuatan yang menimbulkan kerugian ini merupakan perbuatan pelanggaran terhadap merek. Hal tersebut terjadi di suatu pasar tidak

---

<sup>10</sup> Muhamad Firmansyah, *Tata Cara Mengurus HaKI* (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008), 343.

terlepas karena rendahnya kesadaran masyarakat atas hukum hak merek itu sendiri serta karena ingin mencari keuntungan yang besar yang akan diperoleh apabila menggunakan merek terkenal.

Kesadaran hukum dengan hukum itu mempunyai kaitan yang erat sekali, karena kesadaran hukum merupakan faktor dalam penemuan hukum. Kesadaran hukum merupakan cara pandang masyarakat terhadap hukum itu, apa yang seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan terhadap hukum, serta penghormatan terhadap hak-hak orang lain (tanggung rasa). Ini berarti bahwa dalam kesadaran hukum mengandung sikap toleransi. Dalam kenyataannya ada beberapa hal secara include perlu ditekankan dalam pengertian kesadaran hukum. Berikut ini digambarkan kerangka pemikiran dari “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Terhadap Praktik Jual Beli Produk Tiruan (Studi Kasus Di Pasar Sandang Tegalgubug Kabupaten Cirebon)”.



## F. Metodologi Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses yang panjang untuk menggali sesuatu yang belum pernah dibahas sebelumnya. Berawal dari sebuah masalah yang timbul maka akan menghasilkan sebuah pertanyaan yang menarik untuk diteliti, selanjutnya berkembang menjadi gagasan, teori, konsep, pemilihan metode yang sesuai dan seterusnya.<sup>11</sup> Adapun disini peneliti menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

### 1. Jenis, Metode dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dalam kancan kehidupan sebenarnya sesuai apa yang terjadi, yang berarti bahwa datanya diambil atau didapat dari lapangan atau masyarakat.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini pula, data lapangan diambil dari para pedagang dan pembeli produk tiruan berupa kaus di Pasar Sandang Tegalgubug Cirebon.

Pendekatan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang.<sup>13</sup> Sedangkan pendekatan penelitian menggunakan narasi deskriptif dalam memaparkan penelitian. Data penelitian ini diambil secara langsung dari para pedagang dan pembeli yang ada di Pasar Sandang Tegalgubug Cirebon.

### 2. Sumber Data

Adapun yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.<sup>14</sup> Sumber data dalam penelitian ini terdapat dua macam, yaitu:

---

<sup>11</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 2006), 20.

<sup>12</sup> Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 21.

<sup>13</sup> Lexy J. Meloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), 5.

<sup>14</sup> Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), 107.



a. Data Primer

Menurut Sugiyono, sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>15</sup> Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto, pengertian data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak dan lain-lain.<sup>16</sup>

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data dari pihak pertama kepada pengumpul data yang biasanya melalui wawancara.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan secara tidak langsung dari sumber-sumber lain. Hampir semua jenis bahan bacaan kepustakaan (buku, jurnal, artikel maupun essay) yang dikelompokkan sebagai data sekunder atau sumber tangan kedua. Dalam hal ini data sekunder yang akan diperoleh melalui data kepustakaan yang berisi tulisan-tulisan yang berkaitan dengan pembahasan penelitian yaitu dari berbagai buku tentang Hak Kekayaan Intelektual (hak merek), Hukum Ekonomi Syariah serta tulisan-tulisan yang berisi tentang jual beli produk tiruan dan lain sebagainya yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni dengan cara sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi atau sering disebut pengamatan mendalam (*systematic observasion*) yaitu: “pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki”.<sup>17</sup> Teknik pengumpulan data ini digunakan

<sup>15</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: ALFABETA, 2012), 139.

<sup>16</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), 172.

<sup>17</sup> Narkubo dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 70.

untuk memperoleh data yang berkaitan dengan proses praktik jual beli produk tiruan berupa kaus di Pasar Sandang Tegalgubug Cirebon yang sesuai dengan hukum ekonomi syariah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dengan demikian, peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan dan melakukan suatu pengamatan.

b. Wawancara

Yang dimaksud dengan wawancara adalah metode pengumpulan data melalui proses dialog pewawancara dengan responden.<sup>18</sup> Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara langsung dengan penjual dan konsumen produk tiruan berupa kaus untuk memperoleh data tentang objek jual beli produk tiruan tersebut.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan suatu usaha penelaahan terhadap beberapa dokumen (barang-barang tertulis) atau arsip. Sugiyono mengemukakan bahwa “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang”.<sup>19</sup> Studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Tujuan penggunaan studi dokumentasi ini adalah untuk memperoleh data tertulis yang diperlukan untuk melengkapi data penelitian, yaitu dengan jalan membaca, menelaah, mengkaji berbagai dokumen yang sekiranya berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

---

<sup>18</sup> Dudung Abdurahman, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta, 2003), 58.

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 329.

#### 4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan faktor penting dalam suatu penelitian. Analisis adalah suatu proses menghubungkan-hubungkan, memisahkan dan mengelompokkan antara fakta yang satu dengan fakta yang lain sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai akhir pembahasan.<sup>20</sup> Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles and Huberman membagi proses analisis data menjadi tiga bagian, yaitu reduksi data, display data, dan kesimpulan atau verifikasi, yakni sebagai berikut:<sup>21</sup>

##### a. Reduksi Data

Menurut Sugiyono, reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi itu, maka wawasan penelitian akan berkembang, sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan. Reduksi data yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan diskusi dengan orang-orang yang peneliti anggap mampu memberikan masukan kepada peneliti. Dari hasil diskusi tersebut, peneliti mampu mereduksikan data-data dari hasil penelitian.

##### b. Display data (Penyajian Data)

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.<sup>22</sup> Penyajian data dalam

<sup>20</sup> Sudarwan Danin, *Menjadi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 209.

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 337.

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 341.



penelitian ini adalah dengan cara mendeskripsikan semua kegiatan selama proses berlangsungnya kegiatan penelitian dan mendeskripsikan asil dari penelitian yang peneliti lakukan selama berada di lapangan. Penyajian data yang digunakan oleh peneliti adalah dalam bentuk uraian dan gambaran- gambaran baik dari proses maupun hasil penelitian.

c. Kesimpulan atau verifikasi

Langkah terakhir dalam proses analisis data dalam penelitian kualitatif adalah menarik kesimpulan dari berbagai permasalahan yang diteliti. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kesimpulan atau verifikasi data hasil penelitian setelah peneliti selesai melakukan semua proses penelitian di lapangan. Bentuk kesimpulan atau verifikasi yang peneliti lakukan adalah dengan cara menarik kesimpulan dari semua permasalahan yang peneliti teliti selama berada di lapangan.

**G. Sistematika Penulisan**

BAB I PENDAHULUAN, Dalam Bab pertama ini merupakan Bab pendahuluan yang berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORETIS TENTANG JUAL BELI PRODUK TIRUAN, HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HAK MEREK, Bab kedua berisi mengenai teori- teori yang melandasi penelitian ini termasuk penelitian terdahulu didalamnya, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian. Bab ini merupakan landasan teori yang mencakup teori jual beli, teori Hukum Ekonomi Syariah serta teori mengenai Hak Merek dalam Konsep Ekonomi Islam.

BAB III KONDISI OBJEKTIF PASAR SANDANG TEGALGUBUG DAN PELAKSANAAN PRAKTIK JUAL BELI PRODUK TIRUAN DI PASAR SANDANG TEGALGUBUG KABUPATEN CIREBON, Bab ketiga ini merupakan data hasil penelitian dari penggalian dan pengumpulan data di lapangan yang mencakup di dalamnya termasuk gambaran umum lokasi penelitian yang meliputi: keadaan pasar, lokasi pasar, kemudian yang terkait dengan rumusan masalah, yaitu mengenai pelaksanaan praktik-praktik jual beli produk tiruan di Pasar Sandang Tegalgubug Kabupaten Cirebon.

BAB IV TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI PRODUK TIRUAN DI PASAR SANDANG TEGALGUBUG KABUPATEN CIREBON, Bab keempat ini merupakan temuan penelitian yaitu tinjauan peneliti terkait Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Terhadap Praktik Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Sandang Tegalgubug Kabupaten Cirebon.

BAB V PENUTUP, Bab kelima ini merupakan bab terakhir dari penulisan skripsi, berisi tentang kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya yang juga disertai dengan saran-saran yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.