

**IMPLEMENTASI ASAS ITIKAD BAIK PENGRAJIN TAS  
TERHADAP PENGGUNAAN MEREK TERKENAL DI  
TANGGULANGIN SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh

**Indri Wahyuningseh**

Nim: 15220115



**JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2019**

**IMPLEMENTASI ASAS ITIKAD BAIK PENGRAJIN TAS  
TERHADAP PENGGUNAAN MEREK TERKENAL DI  
TANGGULANGIN SIDOARJO**

**SKRIPSI**

Oleh

**Indri Wahyuningsih**

**Nim: 15220115**



**JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2019**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Demi Allah SWT,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**IMPLEMENTASI ASAS ITIKAD BAIK PENGRAJIN TAS  
TERHADAP PENGGUNAAN MEREK TERKENAL DI  
TANGGULANGIN SIDOARJO**

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindah data milik orang lain, kecuali yang disebutkan refrensinya secara benar, jika di kemudian hari terbukti disusun orang lain, ada penjiplakan, dupikasi, atau memindah data orang lain, baik secara sebagian atau keseluruhan, maka skripsi dan gelar yan saya peroleh karenanya, batal demi hukum.

Malang, 27 Mei 2019

Penulis,



Indri Wahyuningseh  
NIM 15220115

## HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Indri Wahyingsch  
NIM: 15220115, Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam  
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

### **IMPLEMENTASI ASAS ITIKAD BAIK PENGRAJIN TAS TERHADAP PENGGUNAAN MEREK TERKENAL DI TANGGULANGIN SIDOARJO**

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi  
syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji pada Majelis Dewan Penguji.

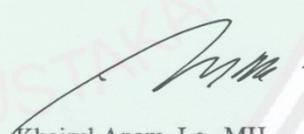
Mengetahui  
Ketua Jurusan  
Hukum Bisnis Syariah



Dr. Fakhruddin, M.H.I.  
NIP. 197408192000031002

Malang, 27 Mei 2019

Dosen Pembimbing,

  
Khairul Anam, Lc., MH.  
NIP 196807152000031001

**PENGESAHAN SKRIPSI**

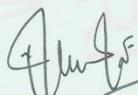
Dewan penguji skripsi saudara Indri Wahyuningseh NIM: 15220115,  
Mahasiswa Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam  
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

**IMPLEMENTASI ASAS ITIKAD BAIK PENGRAJIN TAS  
TERHADAP PENGGUNAAN MEREK TERKENAL DI TANGGULANGIN  
SIDOARJO**

Telah dinyatakan lulus dengan nilai: A (Sangat Memuaskan)

Dewan Penguji:

1. Iffaty Nasyi'ah, SH, M.H  
NIP. 197606082009012007
2. Khairul Anam, Lc., MH.  
NIP. 196807152000031001
3. Dr. H. Abbas Arfan, Lc., M.H.  
NIP. 197212122006041004

(  )  
Ketua

(  )  
Sekretaris

(  )  
Penguji Utama

Malang, 23 Mei 2019



Dekan,  
Dr. Saifulah, S.H., M.Hum  
NIP. 196312052000031001

## MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik Manusia Adalah Yang Bermanfaat Bagi Yang  
lainnya”



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan rahmat Allah SWT, yang selalu terlimpahkan setiap detiknya, penulisan skripsi yang **“IMPLEMENTASI ASAS ITIKAD BAIK PENGRAJINTAS TERHADAP PENGGUNAAN MEREK TERKENAL DI TANGGULANGIN SIDOARJO”**

dapat terselesaikan. Shalawat serta salam kita haturkan kepada baginda kita yakni Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan kepada umatnya, sehingga dalam proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari nilai-nilai kehidupan yang menjadikan Allah SWT sebagai tujuan, sebagaimana yang telah diajarkan oleh Rosulullah. Semoga kita menjadi umat yang pandai dalam mensyukuri segala nikmat yang telah diberikan Allah SWT, dan dengan harapan kelak mendapat syafaat dari baginda Nabi Muhammad SAW. Aminn.

Dengan segala daya dan upaya serta bantuan, doa, dan bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dengan berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.,Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Saifullah, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Dr. Fakhruddin, M.H.I., selaku Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Khoirul Anam, Lc., MH. selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih penulis haturkan atas waktu yang telah diluangkan untuk memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama penulis menempuh perkuliahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Segenap dosen Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberi pendidikan, pengajaran, bimbingan dan mengamalkan ilmunya dengan ikhlas. Semoga Allah SWT menjadikan ilmu tersebut sebagai modal kelak di Akhirat dan mendapat balasan yang sepadan kepada beliau semua.
6. Para informan yang dengan ikhlas menyempatkan waktunya untuk memberikan informasi demi keberlanjutan penelitian ini.
7. Kepada Bapak Sodiqin dan Ibu Siti Fatimah, selaku orang tua penulis yang telah memberikan support berupa doa serta yang lainnya dan memotivasi penulis, trimakasih juga selalu memberikan yang terbaik untuk putra-putrinya, sehingga bisa sampai kepada titik saat ini, dan juga selalu mendoakan kami puta-putrinya agar menjadi putra-putri terbaik.
8. Kepada Adik-Adik Penulis, Muhammad Faifuddin, Elza Safitri, Fitra Akbar Al Ghazali, terimakasih telah menjadi pemacu semangat untuk terus berjuang menggapai apa yang dicita-citakan.

9. Terimakasih untuk teman-teman Hukum Bisnis Syariah angkatan 2015 yang telah memberi dukungan, terima kasih telah berjuang bersama, kita bersma-sama masuk dalam sebuah perguruan tinggi, semoga kita sama-sama pula berdiri tegak demi terwujudnya hukum yang adil di negeri ini.
10. Sahabat-sahabat penulis yang telah menjadi keluarga selama berada di Malang yakni, Ida Piatin S.H., Abdul Hafid Firdaus, S.H. Muhammad Faizun Ghufroon S.H., Intan Andini S.H., Nur Laela Aryanti S.H, Novia Dwi Rahmawatie. S.Psi, Mochammad Amir Hamzah S.H, Muhammad Hiyam Rafiqi S.H, Dina Setiawati. S.H., Septianto Haryo Sanjoyo. S.HI. Terimakasih telah menjadi partner terbaik selama berada di Kota Malang, terimakasih telah hadir memberikan warna baru untuk kehidupan penulis, memberikan arti sesungguhnya sebuah pertemanan.
11. Terimakasih juga untuk segenap anggota keluarga nasi bungkus atau mahasiswa nasi bungkus, kalian memberikan kenangan yang sangat indah dan sangat begitu sulit dilupakan, memberikan pelajaran kehidupan menjadi sebaik-baiknya makhluk sosial.
12. Teruntuk orang-orang yang selalu menanyakan bagaimana kabar skripsi trimakasih kalian telah menjadi menginspirasi dan menjadi pemacu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Serta berbagai pihak yang turut serta membantu proses penyelesaian penulisan skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca. Penulis sangat menyadari bahwa karya sederhana ini masih jauh dari kata sempurna

karena keterbatasan pengetahuan, wawasan dari penulis, oleh sebab itu penulis sangat mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.



Malang, 27 Mei 2019

Penulis

Indri Wahyuningsih  
NIM. 15220115

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah peimindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemah bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Araba, sedangkan nama Arab dari bangsa Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *gootnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang standar internasional. Nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 22 Januari 1998, No. 159/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi bahasa Arab (*A Guide Arabic Transliteration*), INIS Fellow 1992.

### A. Konsonan

|   |                      |   |                         |
|---|----------------------|---|-------------------------|
| ا | = Tidak dilambangkan | ض | = dl                    |
| ب | = B                  | ط | = th                    |
| ت | = T                  | ظ | = dh                    |
| ث | = Ta                 | ع | = ‘ (menghadap ke atas) |
| ج | = J                  | غ | = gh                    |

|        |       |
|--------|-------|
| ح = H  | ف = f |
| خ = Kh | ق = q |
| د = D  | ك = k |
| ذ = Dz | ل = l |
| ر = R  | م = m |
| ز = Z  | ن = n |
| س = S  | و = w |
| ش = Sy | ه = h |
| ط = Sh | ي = y |

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas (‘), berbalik dengan koma (‘) untuk penggantian lambang ع.

## B. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

| Vokal       | Panjang | Diftong          |
|-------------|---------|------------------|
| a = fathah  | Ā       | قال menjadi qâla |
| i = kasrah  | î       | قيل menjadi qîla |
| u = dlommah | û       | دون menjadi dûna |

Khusus untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “î”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya' nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

| Diftong | Contoh              |
|---------|---------------------|
| aw = و  | قول menjadi qawlun  |
| ay = ي  | خير menjadi khayrun |

### C. Ta'marbûthah (ة)

Ta' marbûthah (ة) ditransliterasikan dengan “t” jika berada di tengah kalimat, tetapi ta' marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya الرسالة المدرسة menjadi *al-risala li-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikut, misalnya الله في رحمة menjadi *fi rahmatillâh*

#### D. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâlah

Kata sandang berupa “al” (ال) dalam lafadh jalâlah yang erada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut :

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan.....
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan .....
3. *Masyâ'Allah kânâ wa mâlam yasyâ lam yakun*
4. *Billâh 'azza wa jalla*

#### E. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh : شِيء - syai'un      أَمْرٌ - umirtu  
النُّون - an-nau'un      تَأْخُذُونَ - ta'khudzûna

#### F. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* atau *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh : وان الله لهو خير الرازقين - wa innalillâha lahuwa khairar-râziqîn.

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sanfangnya.

Contoh : وما محمد إلا رسول = wa maâ Muhammadun illâ Rasûl

ان اول بيت وضع للدرس = inna Awwala baitin wu dli'a linnâsi

Penggunaan huruf capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan jika penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh : نصر من الله فتح قريب = nasrun minallâhi wa fathun qarîb

الله الامر جميعا = lillâhi al-amru jamî'an

Begi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

## DAFTAR ISI

|   |       |
|---|-------|
| HALAMAN JUDUL.....                          | i     |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                    | ii    |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                   | iii   |
| HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN ..... | iv    |
| HALAMAN MOTTO .....                         | v     |
| KATA PENGANTAR .....                        | vi    |
| PEDOMAN TRANSLITERASI .....                 | x     |
| DAFTAR ISI.....                             | xv    |
| DAFTAR TABEL.....                           | xvii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                        | xviii |
| ABSTRAK .....                               | xix   |
| ABSTRACT.....                               | xx    |
| ملخص البحث .....                            | xxi   |
| <br><b>BAB I PENDAHULUAN</b>                |       |
| A. Latar Belakang Masalah.....              | 1     |
| B. Rumusan Masalah .....                    | 5     |
| C. Tujuan Penelitian.....                   | 6     |
| D. Manfaat Penelitian.....                  | 6     |
| E. Sistematika Pembahasan .....             | 7     |
| <br><b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>          |       |
| A. Penelitian Terdahulu .....               | 10    |
| B. Kajian Pustaka.....                      | 14    |
| 1. Konsep Tentang Merek .....               | 14    |
| a. Definisi Merek.....                      | 19    |
| b. Jenis-Jenis Merek .....                  | 23    |
| c. Fungsi Merek.....                        | 23    |
| d. Prinsip Hak Merek .....                  | 24    |
| e. Permohonan Pendaftaran Merek .....       | 26    |

|   |            |
|---|------------|
| 2. Asas Iktikad Baik .....  | 35         |
| 3. Teori Kesadaran Hukum .....  | 38         |
| a. Pengertian Kesadaran Hukum .....   | 38         |
| b. Sistem Hukum .....   | 42         |
| c. Upaya Pemerintah Dalam Meningkatkan Kesadaran dan Budaya<br>Hukum .....  | 47         |
| 4. Merek Dalam Hukum Islam .....  | 52         |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>  |            |
| A. Jenis Penelitian .....   | 60         |
| B. Pendekatan Penelitian .....  | 61         |
| C. Lokasi Penelitian .....  | 62         |
| D. Jenis dan Sumber Data .....  | 62         |
| E. Metode Pengumpulan Data .....  | 63         |
| F. Metode Pengolahan Data .....   | 64         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>   |            |
| A. Gambaran Umum Lokasi Peneltian .....   | 68         |
| B. Paparan Data Dan Analisis Mengenai Tingkat Pengetahuan Pengrajin<br>Tas Terhadap Peraturan Undang-Undang 20 Tahun 2016 .....                       | 77         |
| C. Paparan Data Dan Analisis Mengenai Faktor Penyebab Pengrajin Tas<br>Tidak Menerapkan Asas Iktikad Baik Terhadap Penggunaan Merek<br>Terkenal ..... | 89         |
| <b>BAB V PENUTUP</b>  |            |
| A. Kesimpulan .....   | 100        |
| B. Saran .....  | 100        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>102</b> |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP IDENTITAS DIRI .....</b>  | <b>105</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>   | <b>106</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Penelitian terdahulu..... | 12 |
|-------------------------------------|----|



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Bukti konsultasi .....       | 106 |
| Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian ..... | 107 |



## ABSTRAK

**Indri Wahyuningseh.** Implementasi Asas Itikad Baik Pengrajin Tas Terhadap Penggunaan Merek Terkenal di Tanggulangin Sidoarjo. Skripsi, Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: H. Khoirul Anam, Lc., M.H.

---

**Kata Kunci:** Merek, Iktikad Baik

Pemanfaatan merek-merek terkenal pada saat ini sudah mulai marak, hal tersebut tidak lain karena menjanjikan keuntungan besar yang akan didapat apabila mempergunakan merek terkenal dari pada menggunakan mereknya sendiri. Para pengrajin tas banyak yang mensiasati produksinya dengan cara mengkombinasi barang-barang bermerek yang asli dengan yang bajakan, karena bajakan tersebut secara fisik benar-benar mirip dengan yang asli. Hal ini sebenarnya sudah dilarang oleh pemerintah lewat undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis, dan sepertinya larangan tersebut tidak relatif tidak sukses karena masih banyak para pengrajin yang masih memproduksi tas dengan menggunakan merek terkenal.

Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas peraturan Undang-Undang nomor 20 tahun 2016 terhadap penggunaan merek terkenal oleh pengrajin tas. Kemudian penelitian ini juga berusaha mengetahui apa saja faktor penghambat pengrajin tas tidak menerapkan asas itikad baik terhadap penggunaan merek terkenal di Tanggulangin Sidoarjo.

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian yuridis empiris. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis sosiologis, yaitu memanfaatkan teori yang ada dan mengkaitkan dengan hasil penelitian di lapangan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pengrajin di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo masih banyak yang belum memahami aturan Undang-Undang Nomer 20 Tahun 2016 tentang merek indikasi geografis, masih kurangnya/kesadaran masyarakat memahami pentingnya pendaftaran merek, mereka tidak memahami manfaat pendaftaran merek. Masyarakat cenderung membuat usaha tas dengan tidak mendaftarkan merek usaha sehingga para pengrajin tas memanfaatkan merek terkenal untuk merek usahanya, dengan alasan biaya yang sangat mahal dan tidak tau tentang prosedur pendaftaran merek, sehingga aturan yang adapun kurang efektif di dalam prakteknya. Kemudian faktor penghambat pengrajin tas tidak menerapkan asas itikad baik terhadap penggunaan merek terkenal adalah banyaknya permintaan dari konsumen, kurangnya pemahaman akan Undang-Undang merek, faktor ekonomi, belum adanya sosialisasi dari pemerintah, tidak adanya tindakan yang tegas dari pemerintah, dan ketidakpahaman para pengrajin tas terhadap prosedur pendaftaran merek.

## ABSTRACT

**Indri Wahyuningseh.** Implementation of the Principle of the Good Faith of Craftsmen of Bags in the Use of Famous Brands in Tackling Sidoarjo. Thesis, Department of Sharia Business Law, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisor: H. Khoirul Anam, Lc., M.H.

---

**Keywords:** Brands, Goodwill

Utilization of famous brands at this time has begun to bloom, this is none other than because of the agreement of the large profits that will be obtained when using a famous brand rather than using its own brand. Many bag craftsmen anticipate the production by combining original branded goods with pirated ones, because the pirates are physically really similar to the original ones. This has actually been banned by the government through law number 20 of 2016 concerning brands and geographical indications, and it seems that the ban is not relatively unsuccessful because there are still many craftsmen who still produce bags using famous brands.

This researcher aims to find out how the effectiveness of Law number 20 of 2016 regarding the use of famous brands by bag craftsmen. Then this study also tried to find out what the inhibiting factors of bag craftsmen did not apply the principle of good faith to the use of well-known brands at Tanggulangin Sidoarjo.

This research belongs to the type of empirical juridical research. The research approach used in this research is sociological juridical, namely utilizing existing theories and linking them with the results of research in the field. Data collection is done by interviews and documentation.

The results of this study indicate that there are still many craftsmen in Tanggulangin District, Sidoarjo Regency who do not understand the rules of Law Number 20 of 2016 concerning geographical indication brands, still lacking / public awareness to understand the importance of brand registration, they do not understand the benefits of brand registration. The public tends to make bag business by not registering business brands so that bag craftsmen use well-known brands for their business brands, arguing that costs are very expensive and do not know about the brand registration procedure, so the rules are less effective in practice. Then the inhibiting factor of bag craftsmen does not apply the principle of good faith to the use of well-known brands is the large number of requests from consumers, lack of understanding of brand laws, economic factors, absence of government socialization, lack of decisive action from the government, and lack of understanding of craftsmen the brand registration procedure.

## ملخص البحث

إندري وحيونينغسيه. تطبيق الأساس حسن النية من قبل صناع الحقيبة في استيعاب الطراز الشهير بتانغولانغين سيدووارجو. بحث جامعي، قسم أحكام التجارة الإسلامية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف: الحاج خير الأنام، الماجستير

### الكلمات الأساسية: الطراز، حسن النية

في يومنا الحالي، لقد انتشر استيعاب الأطراز المشهورة لجلبه على تضاعف الأرباح والإيرادات من استيعاب تلك ال"راز الشهيرة بالنسبة إلى طراز نفسه. يناور صناع الحقائق إنتاجهم بدمج الطراز الأصلي بالطراز المزيف، لأنه يقرب ويشبه الطراز الأصلي. وفي الحقيقة، قد منعت الحكومة هذه العملية عبر الدستور رقم 20 سنة 2016 عن الطراز والعلامة الجغرافية. ولكن من الأسف الشديد، ما زالت تلك العملية تجري على استمرار.

يهدف هذا البحث إلى معرفة درجة معلومات الصناع في قرار الدستور رقم 20 سنة 2016 عن الطراز والعلامة الجغرافية. ويهدف أيضا إلى معرفة العوامل المعرقة لعدم تطبيق الأساس حسن النية من قبل صناع الحقيبة في استيعاب الطراز الشهير بتانغولانغين سيدووارجو.

هذا البحث يعتبر بحثا قانونيا واقعا، ويستخدم المدخل لعلم الظاهرة حيث تحاول الباحثة لفهم المشاعر والعواطف وسلوك الصناع بتانغولانغين سيدووارجو. وأما طريقة جمع البيانات هي المقابلة والتوثيق.

فنتائج البحث تدل على أن معظم الصناع بتانغولانغين سيدووارجو لم يفهموا نظام الدستور رقم 20 سنة 2016 عن الطراز والعلامة الجغرافية، وتكون درجة معلماتهم عن هذا الدستور في المستوى المنخفض. ومعظمهم يعرفون العقاب ويقومون بتشبيه وتمثيل صناعاتهم بالأراز الشهيرة ولم يبالوا بذلك العقاب لعدم الردود من قبل الأطراف المعنية. وبالتالي إن العوامل المعرقة لتطبيق الأساس حسن النية من قبل صناع الحقيبة في استيعاب الطراز الشهير كثرة الطلبات من قبل المستهلكين، قلة

الفهم بالدستور المستهدف، عامل اقتصادي، عدم التنشئة من الحكومة، وعدم الإيقاع الثابت من قبل الحكومة وجهالة الصناع بخطوات تسجيل الطراز.



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia, disatu sisi era globalisasi memperluas pasar produk perusahaan dan disisi lain keadaan tersebut memunculkan persaingan yang ketat antara perusahaan domestik maupun dengan perusahaan asing. Fenomena persaingan ini akan semakin mengarahkan sistem perekonomian Indonesia ke mekanisme pasar yang memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Salah satu aset untuk mencapai keadaan tersebut adalah dengan merek. Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 dimensi atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan atau jasa.<sup>1</sup>

Merek memegang peranan yang sangat penting, salah satunya adalah menjembatani harapan konsumen pada saat perusahaan menjanjikan sesuatu kepada konsumen. Merek yang dibuat oleh pelaku bisnis atau perusahaan bertujuan untuk melindungi serta membedakan barang atau jasa yang diproduksi. Merek dapat disebut sebagai tanda pengenal asal barang atau jasa

---

<sup>1</sup> Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Pasal 1 (satu) ayat 1 (satu) Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

yang berhubungan dengan tujuan pembuatannya. Bagi produsen merek berfungsi sebagai jaminan nilai hasil produksi yang berhubungan dengan kualitas dan kepuasan konsumen. Melalui merek konsumen dapat mengetahui baik atau tidaknya kualitas produk, oleh karena itu merek yang berkualitas dan dikenal luas oleh konsumen berpotensi untuk diikuti, ditiru, serta dibajak.<sup>2</sup>

Hak merek timbul berdasarkan pendaftaran yang dilandasi dengan itikad baik. Hak merek tidak lahir secara otomatis. Indonesia sebagai salah satu Negara anggota Organisasi Perdagangan Dunia juga tak luput dari permasalahan ini. Hal itu dibuktikan dengan telah beberap kali Indonesia masuk dalam kategori negara yang perlu diawasi dalam masalah pelanggaran HAKI.<sup>3</sup>

Semakin ketatnya persaingan didunia bisnis sehingga sangatlah mungkin terjadi sengketa diantara para pelaku bisnis. Banyak para pelaku bisnis berlomba-lomba meningkatkan kualitas mereknya agar di kenal oleh masyarakat, banyak pula para pelaku bisnis yang hanya memanfaatkan merek orang lain untuk mencari keuntungan. Itulah salah satu penyebab terjadinya sengketa diantara pelaku bisnis.

Di Tanggulangin Sidoarjo tepatnya di kawasan sentra industri kerajinan kulit tas dan dompet berdasarkan pra *research* yang dilakukan oleh peneliti, banyak para pengrajin tas yang memproduksi tas dengan menggunakan merek terkenal

---

<sup>2</sup> Insan Budi Maulana, *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997, hlm.97

<sup>3</sup> Tri Suci Rahayu, "*Penyelesaian Sengketa Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi Kasus Sengketa antara Honda Karisma dan Tossa Krisma)*", Skripsi, Universitas Sebelas Maret, Fakultas Hukum, 2008, hlm. 14.

milik orang lain, seperti merek Hermes, Vurla, By Bubble, Dkny, Gucci, dll. Suburnya bisnis barang palsu tidak lepas dari kemampuan atau daya beli masyarakat Indonesia serta rendahnya kesadaran masyarakat atas hukum hak merek.

Dalam masalah penggunaan merek terkenal lebih tepatnya di pusat kawasan industri kerajinan kulit tas dan dompet di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo, banyak para pengrajin yang hanya mementingkan keuntungan saja tidak mementingkan kerugian yang di terima oleh pemilik merek dan banyak pengrajin yang tidak patuh pada aturan yang ada. Para pengrajin tas memproduksi dan menjual barang yang tidak sepatutnya dijual, maksud yang tidak sepatutnya dijual adalah barang-barang yang ada nilai mereknya tersendiri dan pengrajin tas mengacuhkan masalah hak merek.

Menurut Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang dimaksud dengan hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan merek hanya berada sah ditangan orang yang mendaftarkan suatu merek atau yang memberi izin kepada orang lain untuk menggunakannya, yang secara otomatis memberikan hak kepadanya juga untuk menuntut orang-orang yang secara illegal memakai, memperbanyak, dan memperjual-belikan barang-barang produksinya dengan merek milik orang lain yang sudah didaftarkan.

Pemanfaatan merek-merek terkenal saat ini sangat marak di kalangan masyarakat bahkan mereka memperdagangkan barang replika secara terang-

terangan tanpa memperhatikan kerugian dari pemelik merek terkenal. Dalam hal ini tidak lain karena menjanjikan keuntungan besar yang akan di dapat apabila mempergunakan merek terkenal dari pada menggunakan mereknya sendiri. Apalagi pada saat krisis ekonomi yang berkepanjangan seperti saat sekarang ini, banyak produsen yang mensiasati dengan cara mengkombinasi barang-barang bermerek yang asli dengan bajakan, karena bajakan tersebut secara fisik benar-benar mirip dengan aslinya.

Banyak alasan mengapa banyak industri memanfaatkan merek merek terkenal untuk produk-produknya, salah satunya adalah agar mudah dijual, selain itu merek tak perlu repot-repot mengurus nomor pendaftaran ke Dirjen HAKI atau mengeluarkan uang jutaan rupiah untuk membangun citra produknya (*brand image*). Mereka tidak perlu repot repot membuat divisi riset dan pengembangan untuk dapat menghasilkan produk yang selalu *up to date*, karena mereka tinggal menjiplak produk orang lain dan untuk pemasarannya biasanya “bandar” yang siap untuk menerima produk jiplak tersebut. Secara ekonomi memang memanfaatkan merek terkenal mendatangkan keuntungan yang cukup besar dan fakta dilapangan membuktikan hal tersebut, selain itu juga didukung oleh daya beli konsumen yang pas-pasan tetapi ingin tampil trendi.

Maraknya pelanggaran merek yang terjadi yang disertai dengan adanya itikad tidak baik dapat menyebabkan adanya kerugian yang besar yang dialami oleh pemilik merek terdaftar. Pelanggaran terhadap merek motivasinya adalah untuk mendapatkan keuntungan pribadi secara mudah dengan mencoba atau

melakukan tindakan, meniru atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal di masyarakat tanpa memikirkan hak-hak orang lain yang haknya telah dilindungi sebelumnya. Tentu saja hal-hal demikian itu akan sangat mengacaukan roda perekonomian dalam skala nasional dan skala lokal. Persaingan tidak jujur adalah peristiwa di dalam mana seseorang untuk menarik para langganan orang lain kepada perusahaan dirinya sendiri atau demi perluasan penjualan omzet perusahaannya, menggunakan cara-cara yang bertentangan dengan itikad baik dan kejujuran didalam perdagangan.

Sehubungan dengan latar belakang diatas penulis tertarik mengkaji masalah tersebut apakah sudah sesuai atau belum dengan peraturan yang ada. Penulis berpendapat bahwa kasus tersebut layak untuk diteliti lebih lanjut dan menyusun judul penelitian tentang **“Implementasi Asas Itikad Baik Pengrajin Tas Terhadap Penggunaan Merek Terkenal di Tanggulangin Sidoarjo”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar uraian latar belakang diatas dapat diperoleh beberapa rumusan masalah yang selanjutnya menjadi fokus penelitian ini yakni:

1. Bagaimana efektifitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terhadap penggunaan merek terkenal oleh pengrajin tas di Tanggulangin Sidoarjo?
2. Apa faktor penghambat pengrajin tas tidak menerapkan asas itikad baik terhadap penggunaan merek terkenal?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas , maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui efektifitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terhadap penggunaan merek terkenal oleh pengrajin tas di Tanggulangin Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat pengrajin tas tidak menerapkan asas itikad baik terhadap penggunaan merek terkenal.

### D. Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat penelitian yang akan diperoleh dari penelitian ini, berikut urainnya:

1. Manfaat Teoritis  
Hasil penulisan ini di harapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Hukum Bisnis Syariah sebagai dasar pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Hukum perdata yang berkenaan dengan Hukum Hak Kekayaan Intelektual khususnya tentang Merek.
2. Manfaat Praktis
  - a. Secara praktis penulisan ini memberikan sumbangan pemikiran yuridis tentang asas itikad baik dalam merek terhadap praktek usaha perdagangan dan/atau jasa, peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi bagi masyarakat khususnya para pelaku bisnis.

- b. Sebagai bahan informasi bagi pihak yang memerlukan khususnya bagi mahasiswa Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk lebih mempermudah dalam pembahasan masalah secara garis besar terhadap penyusunan skripsi ini maka penulis menyusun dalam lima bab, yang masing-masing bab dibagi dalam sub-sub, dengan perincian sebagai berikut:

Bab pertama: pendahuluan, pada bab ini berisi latar belakang masalah yang menjadi awal permasalahan serta menjadi landasan dalam penulisan penelitian ini serta berisi deskripsi pentingnya masalah yang akan diteliti, kemudian rumusan masalah yang diangkat dalam proposal ini, yakni beberapa permasalahan yang diteliti dalam proposal ini. Selanjutnya berisi tujuan dan manfaat yang hendak dicapai dengan diadakannya penelitian ini, kemudian definisi operasional yang menjelaskan beberapa definisi agar lebih mudah dalam memahami makna dalam judul proposal ini. Setelah itu berisikan tentang sistematika pembahasan yang bertujuan untuk mempermudah didalam melakukan penulisan penelitian ini.

Bab kedua: tinjauan pustaka, pada bab ini berisi tentang penelitaian terdahulu yang berfungsi sebagai pembeda penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, kemudian selanjutnya membahas tentang kajian pustaka diaman dalam bagian ini membahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan hak merek didalam hukum perdata atau hukum Islam,

kesadaran hukum, sebagai bahan untuk menganalisis data yang diperoleh dari lapangan, seperti penemuan hukum, kasus yang terjadi ataupun suatu hal yang baru.

Bab ketiga: metode penelitian, pada bab tiga ini berisi tentang metodologi dalam melakukan penelitian ini yang selanjutnya berisikan tentang jenis penelitian dimana penelitian ini bersifat empiris, pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis, selanjutnya lokasi penelitian dimana penelitian ini bertempat di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Selanjutnya berisikan tentang jenis dan sumber data dimana sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini di dapatkan dengan cara wawancara langsung kepada para pengrajin tas di Tanggulangin, selanjutnya berisikan tentang metode pengumpulan data, dimana dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik terjun langsung ke lokasi penelitian, selanjutnya mengenai metode pengolahan data dimana data yang diperoleh dari lapangan kemudian diolah dengan cara analisis kasus yang ada, metode penelitian ini bertujuan agar bisa dijadikan pedoman dalam melakukan kegiatan penelitian, agar dihasilkan penelitian yang runtut dan dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan yang dimaksudkan.

Bab keempat: hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini berisi tentang hasil penelitian serta pembahasan dalam penelitian ini pada bagian awal dibahas mengenai gambaran umum lokasi penelitian, dimana dalam penelitian ini bertempat di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo.

Selanjutnya membahas mengenai paparan data dan analisis efektifitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terhadap penggunaan merek terkenal oleh pengrajin tas, kemudian membahas tentang bagaimana paparan dan analisis mengenai faktor penghambat pengrajin tas tidak menerapkan asas iktikad baik terhadap penggunaan merek terkenal, serta pada bab ini akan disajikan data-data hasil wawancara dan *study literature*, tentu saja menjawab masalah-masalah yang telah dirumuskan.

Bab kelima: penutup, pada bab terakhir berisi tentang kesimpulan serta saran dimana dalam kesimpulan ini berisikan jawaban singkat terhadap rumusan yang telah ditetapkan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan bagian terpenting dalam pembuatan proposal penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk penulis dapat membedakan antara proposal penelitian penulis dengan proposal penelitian orang lain, sehingga penulis terhindar dari tindakan kejahatan akademik, seperti plagiasi, duplikasi dan repetisi. Dengan adanya penelitian terdulu juga untuk menjaga orisinalitas proposal penelitian.

- a. Skripsi karya Fikri Robiatul Khusniah, 2017, dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Prinsip Itikad Baik dalam Pendaftaran Merek Di Indonesia (Analisis Putusan Mahkamah Agung Nomor 264 K/Pdt.Sus-Hki/2015 antara Pt Inter Ikea System Bv Swedia dengan Pt Ratania Khatulistiwa)”, dimana penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif. Penelitian ini membahas tentang bagaimana penggunaan prinsip itikad baik dalam undang-undang merek serta bagaimana tinjauan hukum islam terkait dengan penggunaan prinsip itikad. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Ratania Khatulistiwa dinilai dengan sengaja mempunyai itikad tidak baik meniru dan membongceng keterkenalan merek IKEA Swedia. Dan Islam mengakui adanya hak milik pribadi dan menghargau

- pemiliknya selama harta itu diperoleh dengan jakur yang sah menurut agama Islam.<sup>4</sup>
- b. Skripsi karya Nindya Sari Usman, 2016, dari Universitas Sumatera Utara dengan judul “Analisis Putusan Mahkamah Agung Atas Pembuktian Itikad Tidak Baik Dalam Pendaftaran Merek”, dimana penelitian ini adalah penelitian bersifat deskriptif analitis yang berfokus kepada penelitian pembuktian itikas tidak baik dalam pendaftaran merek. Adapun persamaan dari penelitian ini adalah membahas tentang itikad baik dalam merek dan perbedaan pada penelitian ini yaitu Menganalisis putusan hakim Mahkamah Agung tentang pembuktian itikad tidak baik dalam pendaftaran merek sedangkan pada penelitan kami Mengimplementasikan asas itikad baik pengrajin tas terhadap penggunaan merek terkenal.<sup>5</sup>
- c. Skripsi karya Riza Zuhelmy, 2010, dari UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul “Perlindungan Hukum Atas Hak Merek (Studi Kasus Merek Spesial Sambal “SS” dalam Sengketa *Passing Off*”. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis empiris yang membahas tentang perlindungan hukum atas hak merek. Perbedaan dari penelitian ini yaitu Menganalisis upaya perlindungan hukum dan penyelesaian sengketa *passing off* terhadap merek spesial sambal oleh pemegang merek sedangkn dalam penelitian kami yaitu

---

<sup>4</sup> Fikri Robiatul Khusniah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prinsip Itikad Baik Dalam Pendaftaran Merek di Indonesia*, (Malang: Uin Malang: 2017).

<sup>5</sup> Nindya Sari Usman, *Analisis Putusan Mahkamah Agung Atas Pembuktian Itikad Baik Dalam Pendaftaran Merek*, (Sumatera: Universitas Sumatera Utara: 2016).

Mengimplementasikan asas itikad baik pengrajin tas terhadap penggunaan merek terkenal.<sup>6</sup>

- d. Tesis karya RR. Putri Ayu Priamsari, 2010, dari Universitas Diponegoro Semarang dengan judul “Penerapan Itikad Baik Sebagai Alasan Pembatalan Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Mrerek. (di Tingkat Peninjauan Kembali)”, dimana penelitian ini adalah penelitian bersifat deskriptif analitis yang berfokus kepada Penerapan Itikad Baik Sebagai Alasan Penolakan dan Pembatalan Merek. Analisis dalam penelitian ini mengandung makna pengelompokan, menghubungkan, membandingkan dan memaknai penerapan itikad baik sebagai alasan penolakan dan pembatalan merek menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek.<sup>7</sup>

### 1.1 Tabel Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

| No | Nama, Tahun, PT | Judul | Persamaan | Perbedaan            |                     |
|----|-----------------|-------|-----------|----------------------|---------------------|
|    |                 |       |           | Penelitian Terdahulu | Penelitian Sekarang |
|    |                 |       |           |                      |                     |

<sup>6</sup> Riza Zuhelmy, *Perlindungan Hukum Atas Hak Merek (Study Kasus Merek Spesial Sambal “SS” Dalam Sengketa Passing Off)*, (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau: 2010).

<sup>7</sup> Putri Ayu Primasari, *Penerapan Itikad Baik Sebagai Alasan Pembatalan Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek*, (Semarang: Universitas Diiponegoro Semarang: 2010).

|   |  |  |   |   |   |
|---|--|--|---|---|---|
| 1 | Fikri Robiatul Khusniah, 2017, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang | Tinjauan Hukum Islam terhadap Prinsip Itikad Baik dalam Pendaftaran Merek Di Indonesia (Analisis Putusan Mahkamah Agung Nomor 264 K/Pdt.Sus-Hki/2015 antara Pt Inter Ikea System Bv Swedia dengan Pt Ratania Khatulistiwa) | Sama-sama meneliti tentang merek dan itikad baik.   | Dalam skripsi Robiatul Khusniah membahas tentang bagaimana prinsip itikad baik dalam pendaftaran hak merek serta bagaimana jika di tinjau dalam hukum Islam | Dalam penelitian ini membahas tentang faktor yang mempengaruhi pengrajin tas tidak menerapkan asas itikad baik terhadap penggunaan merek terkenal serta upaya yang dilakukan dalam menerapkan asas itikad baik. |
| 2 | Nindya Sari Usman, 2016, Universitas Sumatera Utara.                                 | Analisis Putusan Mahkamah Agung Atas Pembuktian Itikad Tidak Baik Dalam Pendaftaran Merek  | Meneliti tentang merek.   | Menganalisis putusan hakim Mahkamah Agung tentang pembuktian itikad tidak baik dalam pendaftaran merek.   | Mengimplemen tasikan asas itikad baik pengrajin tas terhadap penggunaan merek terkenal.   |
| 3 | Riza Zuhelmy, 2010, UIN Sultan Syarif Kasim Riau,                                    | Perlindungan Hukum Atas Hak Merek (Studi Kasus Merek Spesial Sambal "SS" dalam   | - Penelitian Empiris dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan.<br>- Penelitian tentang hak merek. | Menganalisis upaya perlindungan hukum dan penyelesaian sengketa <i>passing off</i> terhadap merek spesial sambal oleh                                       | Mengimplemen tasikan asas itikad baik pengrajin tas terhadap penggunaan merek terkenal.   |

|   |   | Sengketa<br><i>Passing<br/>Off</i> ).   |   | pemegang<br>merek.   |   |
|---|---|---|---|--|---|
| 4 | RR. Putri Ayu Priamsari, 2010, Universitas Diponegoro Semarang. | Penerapan Itikad Baik Sebagai Alasan Pembatalan Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Mrerek. (di Tingkat Peninjauan Kembali) | -Penelitian menerapkan asas itikad baik dalam merek | Menerapkan asas itikad baik sebagai salah satu alasan pembatalan merek. Menggunakan undang-undang nomor 15 tahun 2001. | Mengimplemen tasikan asas itikad baik pengrajin tas terhadap penggunaan merek terkenal. |

## B. Kajian Pustaka

### 1. Konsep Tentang Merek

Pengaturan merek di Indonesia pertama kali diatur melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 dan telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Setelah ratifikasi keanggotaan WTO pada tahun 1994, selanjutnya pengaturan merek dilakukan penyesuaian dengan TRIPs melalui Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan terakhir diubah melalui Undang-

Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang selanjutnya akan disebut UUM.<sup>8</sup>

Adanya pertimbangan yang menyatakan bahwa UU merek tahun 2001 masih terdapat kekurangan dan belum dapat penampung perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang merek dan indikasi geografis serta belum cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional, maka pada akhir tahun 2016 diterbitkanlah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis untuk menyempurnakan UU Merek lama.

Persetujuan TRIPs muncul sering dengan berkembangnya perdagangan Internasional, yang di dalamnya memuat norma standar perlindungan hak atas kekayaan intelektual, termasuk di dalamnya tentang hak merek. Indonesia pun telah meratifikasinya pada tahun 1997. Setiap revisi UUM Indonesia dimaksudkan untuk selalu mengikuti perkembangan global, khususnya dalam perdagangan Internasional, menyediakan iklim persaingan usaha yang sehat dan mengadaptasi konvensi-konvensi Internasional.<sup>9</sup>

Hak merek merupakan hak kekayaan industri yang dilindungi oleh sistem HKI. Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 dimensi atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari

---

<sup>8</sup> Khoirul Hidayah, *Hukum HKI (Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia) Kajian Undang-Undang dan Integrasi Islam*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2012), hlm.72.

<sup>9</sup> Endang Purwaningsih, *Perkembangan Hukum Intellectual Property Rights*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm.10.

2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan atau jasa.<sup>10</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “merek” diartikan sebagai tanda yang dikenakan oleh pengusaha (pabrik, produsen dan sebagainya) pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal (cap, tanda) yang menjadi pengenal untuk menyatakan nama.

Perlindungan terhadap hak merek dapat diperoleh apabila suatu merek tersebut telah didaftarkan. Pendaftaran atas merek merupakan suatu keharusan apabila ia menginginkan agar menurut hukum dipandang sah sebagai orang yang berhak atas merek. Bagi orang yang mendaftarkan mereknya terdapat suatu kepastian hukum bahwa ialah yang berhak atas merek itu. Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 menyatakan hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Perlindungan hak merek juga ditetapkan dalam hukum Islam yang mana telah ditentukan dalam keputusan *Majma' al-Fiqh al-Islami* Nomor 43 (5/5) Mu'tamar V tahun 1409 H / 1988 M tentang *al-Huquq al-Ma'nawiyah*. Dalam keputusan tersebut disebutkan bahwa nama

---

<sup>10</sup> Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

usaha, merek dagang, logo dagang, karangan, dan penemuan atau kreativitas adalah termasuk hak-hak khusus (eksklusif) bagi pemiliknya. Di masa sekarang ini telah bernilai sebagai harta kekayaan (nilai finansial) yang muktabar untuk menjadi pemasukan. Hal ini diakui oleh hukum syara' sehingga tidak dibenarkan untuk melanggarnya.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang perlindungan hak kekayaan intelektual menegaskan bahwa HKI yang mendapat perlindungan hukum Islam adalah HKI yang tidak bertentangan dengan hukum Islam. Selain itu, HKI dapat dijadikan obyek akad (*al-ma'qud 'alaih*), baik akad *mu'awadhah* (pertukaran, komersial), maupun akad *tabarru'at* (non komersial), serta dapat diwaqafkan dan diwariskan.

Setiap bentuk pelanggaran terhadap HKI, termasuk namun tidak terbatas pada menggunakan, mengungkapkan membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan, memperbanyak, menjiplak, memalsu, membajak HKI milik orang lain tanpa hak merupakan kezaliman dan hukumnya haram.<sup>11</sup>

Mengenai jangka waktu keberlakuan hak atas suatu merek menurut Pasal 35 ayat (1) yaitu perlindungan yang diberikan adalah secara

---

<sup>11</sup> Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/ MUNAS VII/ MUI/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.

“eksklusif” artinya selama mereknya terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu 10 tahun kemudian dapat diperpanjang.<sup>12</sup> Jadi, hak eksklusif ini meskipun tidak boleh memakai merek yang telah terdaftar ini dan pemilik merek yang terdaftar inilah adalah satu-satunya yang dapat.

Berkenaan dengan pendaftaran, Indonesia mengenal atau menganut asas konstitutif yaitu hak atas merek diperoleh atas pendaftarannya. Artinya, pemegang hak merek adalah seseorang yang mendaftarkan pertama kali di Direktorat Jenderal Hak atas Kekayaan Intelektual. Jadi pendaftaran adalah mutlak untuk terjadinya hak merek. Tanpa didaftarkan tidak ada hak merek, juga tidak ada perlindungan, tetapi sekali telah didaftarkan dan memperoleh sertifikat merek, maka ia akan dilindungi dan orang lain tidak dapat memakai merek yang sama, dengan perkataan hanya dianggap sebagai “hak khusus” atau “hak eksklusif”.<sup>13</sup>

Merek tidak dapat didaftarkan apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur dibawah ini (pasal 20 UUM):

1. Permohonan merek disertai dengan itikad tidak baik, memuat unsur yang menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

---

<sup>12</sup> Khoiril Hidayah, *Hukum HKI (Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia) Kajian Undang-Undang dan Integrasi Islam*, hlm. 54.

<sup>13</sup> OK. Saidin, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 361.

2. Merek merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan jasa yang sejenis.
3. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum.
4. Merek tidak memiliki daya pembeda.
5. Merek mengandung tanda-tanda yang telah menjadi milik umum.
6. Merek memiliki kesamaan dan adanya penyebutan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.
7. Merek memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat dan khasiat dari barang/jasa yang diproduksi.

Disebutkan diatas bahwa salah satu merek yang tidak dapat didaftarkan adalah disertai dengan itikad tidak baik. Itikad tidak baik adalah tindakan pihak lain atau pihak ketiga yang akan mendaftarkan merek dagang di Dirjen HKI dengan diindikasikan tidak memiliki unsur pembeda dengan merek yang telah didaftarkan dan merek itu bertentangan pula dengan moralitas agama, kesusilaan serta ketertiban umum.<sup>14</sup>

#### **a. Definisi Merek**

Dalam pasal 1 butir 1 Undang-undang Merek 2016 diberikan definisi tentang merek yaitu:

---

<sup>14</sup> Khoiril Hidayah, *Hukum HKI (Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia) Kajian Undang-Undang dan Integrasi Islam*, hlm. 56.

*“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>15</sup>

Selain berdasarkan batasan yuridis beberapa Sarjana ada juga memberikan pendapatnya tentang merek, yaitu:

- 1) R. Soekardono, memberikan rumusan bahwa, merek adalah sebuah tanda (Jawa: ciri atau tengger) dengan mana dipribadikan sebuah barang tertentu, dimana perlu juga dipribadikan asalnya barang atau menjamin kualitasnya barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain.
- 2) Purwo Sutjipto, memberikan rumusan bahwa, “Mereka adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis”.
- 3) Tirtaamidjaya yang mensitir pendapat dari Vollmar, yang memberikan rumusan bahwa,

“ Suatu merek pabrik atau merek perniagaan adalah suatu tanda yang dibubuhkan di atas barang atau di atas

<sup>15</sup> Ketentuan pasal 1 butir 1, Undang-undang No. 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

bungkusannya, gunanya membedakan barang itu dengan barang-barang yang sejenis lainnya”.

- 4) Iur Soeryatin, mengemukakan rumusnya dengan meninjau merek dari aspek fungsinya yaitu ;

“Suatu merek dipergunakan untuk membedakan barang yang bersangkutan dari barang sejenis lainnya oleh karena itu barang yang bersangkutan dengan diberi merek tadi mempunyai: tanda asal, nama, jaminan terhadap mutunya”.

- 5) Philip S. James, Sarjan Ingris, menyatakan bahwa: *A trade mark is a mark used in conextion with goods whick a trade uses in order to tignity that a certain type of good are his trade need not be the atual manufacture of goods, in order to give him the right to use a trade mark, it will suffice if thy marely pass through his hand is the course of trade.* (merek dagang adalah suatu tanda yang dipakai oleh seorang pengusaha atau pedagang untuk membedakan bahwa bentuk tertentu dari barang-barang kepunyaannya, pengusaha atau pedagang tersebut tidak perlu penghasilan sebenarnya dari barang-barang itu, untuk memberikan kepadanya untuk memakai sesuatu merek, cukup memadai

jika barang-barang itu ada di tangannya dalam lalu lintas perdagangan).<sup>16</sup>

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

- 1) Tanda dengan daya pembeda.
- 2) Tanda tersebut harus digunakan.
- 3) Untuk perdagangan barang dan/atau jasa.

Pada hakikatnya merek adalah suatu tanda. Akan tetapi, agar tanda tersebut dapat diterima sebagai merek, harus memiliki daya pembeda. Yang dimaksud dengan memiliki daya pembeda adalah memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. Suatu merek haruslah mempunyai sifat yang khas dan yang lain dari yang lain.

Dari pendapat-pendapat sarjana tersebut, maupun dari peraturan merek itu sendiri, secara umum penulis mengambil kesimpulan bahwa yang diartikan dengan perkataan merek adalah suatu tanda (*sign*) untuk membedakan barang-barang yang sejenis yang dihasilkan orang lain, yang memiliki daya

---

<sup>16</sup>OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, hlm. 268-269.

pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

#### **b. Jenis-jenis Merek**

Dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, jenis merek dapat dibedakan menjadi:

- 1) Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum membedakan dengan barang sejenis lainnya.
- 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 sejenis lainnya.
- 3) Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

#### **c. Fungsi Merek**

Dengan melihat arti kata merek dan objek yang dilindunginya, maka merek digunakan untuk membedakan

barang atau produksi satu perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lain yang sejenis.

Dengan demikian merek adalah tanda pengenal asal barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya, maka hal itu menggambarkan jaminan kepribadian (*indivisuality*) dan reputasi barang dan jasa hasil usahanya tersebut sewaktu diperdagangkan.<sup>17</sup>

Dari pihak produsen, merek digunakan untuk jaminan nilai produksinya, khususnya mengenai kualitas, kemudahan pemakaiannya, atau hal-hal lain yang pada umumnya berkenaan dengan teknologinya.

Sedangkan bagi pedagang, merek digunakan untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan memperluas pasaran. Dari pihak konsumen, merek diperlukan untuk mengadakan pilihan barang yang akan dibeli.

#### **d. Prinsip Hak Merek**

Ada beberapa prinsip yang terdapat di dalam UUM. Berikut ini akan diuraikan tentang prinsip-prinsip yang dianut dalam UUM:

1. Prinsip *first to file* (pendaftar pertama). Prinsip ini menjelaskan bahwa pendaftar pertama melalui pengajuan

---

<sup>17</sup> Muhammad Djumhana dan Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993, hlm. 125.

permohonan adalah pihak yang diakui sebagai pemegang merek.

2. Merek yang akan di daftarkan tidak boleh mengakibatkan timbulnya kebingungan dan penyesatan (*confiusion/verwarring*) dengan suatu merek yang secara umum telah terkenal dan dimiliki oleh pihak ketiga.
3. Prinsip secara cepat dalam penyelesaian hukum perkara merek. Upaya hukum yang diajukan melalui pengadilan niaga, selanjutnya langsung dapat dilakukan upaya hukum kasasi, tidak ada upaya banding.
4. Perlindungan merek dapat diperpanjang, sepanjang diajukan permohonan perpanjangan oleh pemilik merek.
5. Prinsip konstitutif, artinya hak atas merek hanya diberikan jika seseorang sudah mendaftarkan merek.
6. Prinsip delik aduan. Pihak kepolisian akan melakukan tindakan apabila ada laporan pelanggaran merek oleh pemegang merek. Prinsip delik aduan ini masih menjadi perdebatan oleh banyak pengusaha. Mereka mengharapkan adanya perubahan prinsip menjadi delik biasa dalam rancangan perubahan undang-undang merek ke depan,

yang mana kepolisian dapat bertindak langsung tanpa perlu menunggu laporan dari masyarakat.<sup>18</sup>

#### e. Permohonan Pendaftaran Merek

##### 1. Syarat Pendaftaran Merek

Sebuah merek dapat disebut merek bila memenuhi syarat mutlak berupa adanya daya pembeda yang cukup (capable of distinguishing). Maksudnya tanda yang dipakai (sign) tersebut mempunyai kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi sesuatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Untuk mempunyai daya pembeda ini, maka merk itu harus dapat memberikan penentuan atau “individualiserrin” pada barang atau jasa bersangkutan. Menurut pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis disebutkan bahwa :

*“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>18</sup> Khoirul Hidayah, *Hukum HKI (Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia) Kajian Undang-Undang dan Integrasi Islam*, hlm. 73.

Suatu merek agar memenuhi tujuannya serta mendapatkan perlindungan hukum maka perlu didaftarkan. Ketentuan mengenai merek yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak termuat dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu sebagai berikut :

- 1) Merek yang tidak dapat didaftarkan apabila mengandung salah satu unsur:
  - a. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan atau ketertiban umum.
  - b. Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.
  - c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.
  - d. Membuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi.

- e. Tidak mempunyai daya pembeda dan/atau
- f. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

2) Permohonan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan:

- a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.
- b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.
- c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu.

3) Permohonan ditolak jika merek tersebut:

- a. Merupakan atau menyerupai nama atau singkatan 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 suatu negara atau lembaga nasional maupun internasional kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang, atau

- 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.
- d. Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.<sup>19</sup>

Dari ketentuan pengertian merek serta persyaratan suatu merek agar dapat didaftarkan tersebut dapat disimpulkan bahwa sesuatu dapat dikategorikan dan diakui sebagai merek apabila:

- a. Mempunyai fungsi pembeda
- b. Merupakan tanda pada barang dagang atau jasa (unsur-unsur 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 kombinasi unsur-unsur tersebut).
- c. Tidak memenuhi unsur-unsur yang bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan atau ketertiban umum.
- d. Bukan menjadi milik umum.

---

<sup>19</sup> Ketentuan Pasal 21, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

e. Tidak merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Jika suatu permohonan pendaftaran merek tidak memenuhi syarat-syarat yang ditentukan, maka kantor milik Perindustrian memberitahukan secara tertulis kepada pemohon agar supaya permohonan memenuhi syarat-syarat tertentu atau menarik kembali permohonannya dalam waktu yang ditentukan oleh Kantor Milik Perindustrian.

Apabila memperhatikan ketentuan tentang kriteria merek yang dapat didaftarkan dan yang di tolak pendaftarannya, secara sederhana dapat dikatakan bahwa perbedaan utama antara kriteria merek yang tidak dapat didaftarkan dan yang ditolak pendaftarannya adalah terletak pada pihak yang dirugikan.

Jika suatu merek kemungkinan menimbulkan kerugian bagi masyarakat umum, maka merek tersebut tidak dapat didaftarkan. Tapi apabila, merek tersebut merugikan pihak-pihak tertentu, maka merek tersebut ditolak pendaftarannya. Atau lebih singkatnya dapat dikatakan bahwa merek yang tidak dapat didaftarkan yaitu merek yang tidak layak dijadikan merek, sedangkan merek yang ditolak yaitu merek yang merugikan pihak lain.

## 2. Prosedur Pendaftaran Merek

Prosedur atau tata cara permohonan pendaftaran merek di Indonesia telah diatur dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa:

- a. Permohonan pendaftaran merek diajukan oleh pemohon atau kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia.
- b. Dalam permohonan harus mencantumkan:
  - (1) Tanggal, bulan, dan tahun permohonan
  - (2) Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon
  - (3) Nama lengkap dan alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa
  - (4) Warna jika merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna
  - (5) Nama negara dan tanggal permintaan merek pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas, dan
  - (6) Kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.
- c. Permohonan ditandatangani pemohon atau kuasanya.

- d. Pemohon sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilampiri dengan label merek dan bukti pembayaran biaya.
- e. Biaya permohonan pendaftaran merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa.
- f. Dalam hal merek sebagaimana dimaksud dalam ayat (4) berupa bentuk 3 (dimensi), label merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik.
- g. Dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa suara, label merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.
- h. Ketentuan lebih lanjut mengenai biaya permohonan sebagaimana yang dimaksud ayat (5) diatur dengan peraturan pemerintah.

Pendaftar bisa mendaftarkan dengan datang sendiri atau bisa dengan menguasakan kepada kuasa hukumnya yang berpraktek di Indonesia. Pasal 20 Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 menetapkan bahwa dalam hal pemeriksaan melaporkan hasil pemeriksaan substantif bahwa pemohon dapat disetujui untuk didaftar, maka atas persetujuan Dirjen permohonan tersebut diumumkan dalam Berita Resmi Merek (BRM). Sebaliknya jika pemeriksaan melaporkan hasil pemeriksaan substantif bahwa

permohonan tidak dapat didaftar atau ditolak, maka atas persetujuan Dirjen, hal tersebut diberitahukan secara tertulis kepada pemohon atau kuasanya dengan menyebutkan alasannya.<sup>20</sup> Permohonan atau kuasanya dapat menyampaikan keberatan atau tanggapan dengan menyebutkan alasan, dalam hal permohonan atau kuasanya tidak menyampaikan keberatan atau tanggapan, Dirjen HKI menetapkan keputusan tentang penolakan permohonan tersebut.

### **3. Jangka Waktu Perlindungan Merek**

Dalam ketentuan pasal 35 Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dinyatakan bahwa jangka waktu perlindungan hukum merek yang terdaftar yaitu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek yang bersangkutan. Jangka waktu 10 (sepuluh) tahun tersebut dapat diperpanjang atas permohonan pemilik merek setiap kali untuk jangka waktu yang sama. Permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar diterima dan disetujui apabila:

---

<sup>20</sup> Rahmi Janed, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015, hlm. 149.

- a. Merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang dan atau jasa sebagaimana dalam sertifikat merek.
- b. Barang atau jasa sebagaimana dalam sertifikat merek tersebut masih diproduksi dan diperdagangkan.

Permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar dapat ditolak dengan alasan-alasan tertentu. Penolakan perpanjangan merek terjadi apabila tidak memenuhi ketentuan misalnya:

- a. Melewati atau kurang dari jangka yang telah ditetapkan yaitu untuk pengajuan kembali dapat dilakukan 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu merek terdaftar dan masih dapat diajukan kembali 6 (enam) bulan setelah berakhirnya jangka perlindungan merek terdaftar dengan biaya dan denda sebesar biaya perpanjangan.
- b. Tidak membayar biaya pengajuan perpanjangan.
- c. Merek yang bersangkutan tidak digunakan pada barang dan jasa sebagaimana dicantumkan dalam sertifikat merek tersebut.
- d. Barang atau jasa dalam sertifikat merek sudah tidak diproduksi atau diperdagangkan lagi.

## 2. Asas Itikad Baik

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.

Wujud perlindungan dari negara terhadap pendaftaran merek adalah merek hanya dapat didaftarkan atas dasar permintaan yang diajukan pemilik merek yang beritikad baik atau dikenal dengan prinsip *Good Faith*.

Berkaitan dengan itikad baik, karena Undang-Undang Merek No 20 Tahun 2016 menggunakan asas First to File System, dimana bahwa hanya merek yang didaftarkan dan beritikad baik saja yang mendapat perlindungan hukum maka Dirjen HKI dapat menolak atau bahkan membatalkan permohonan pendaftar yang dilakukan dengan dasar itikad tidak baik. Dalam Pasal 21 ayat 3 disebutkan bahwa “Merek tidak dapat didaftarkan atas dasar permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik”. Dalam penjelasan dari pasal 21 ayat 3 Undang-Undang Merek 2016, dijelaskan bahwa 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 atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh atau menyesatkan konsumen.

Pengertian itikad baik yang dianut dalam Undang-Undang Merek 2016 lebih menunjuk kepada ukuran kepatutan dari pada ukuran norma hukum. Selain itu pengertian itikad baik dalam hukum secara subjektif adalah kejujuran seseorang dalam melakukan sesuatu perbuatan hukum, sedangkan dalam pengertian objektif itikad baik adalah pelaksanaan suatu perjanjian harus didasarkan pada norma kepatuhan atau apa yang dirasakan sesuai dengan yang patut dalam masyarakat.<sup>21</sup>

Pengertian itikad baik dalam subjektif terdapat dalam Pasal 530 KUHPerdara yang mengatur mengenai kedudukan berkuasa (*bezit*) yang mengandung makna sikap atau perilaku yang jujur dalam melaksanakan setiap tindakan dan perbuatan di dalam masyarakat. itikad baik objektif disebut juga dengan kepatutan hal ini dirumuskan dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara yang menyebutkan bahwa, “Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Berdasarkan ketentuan Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara tersebut di atas dapat dikatakan kejujuran (itikad baik) dalam arti objektif tidak terletak pada keadaan jiwa manusia, akan tetapi terletak pada tindakan yang

---

<sup>21</sup> Qirom Syamsudin Meliala, *Pengertian Asas Itikad Baik di Dalam Hukum Indonesia*, Mitra Ilmu: Surabaya, 2007, hlm.38.

dilakukan oleh kedua belah pihak dalam melaksanakan janji yang telah disepakati dalam perjanjian tersebut.<sup>22</sup>

Dengan demikian pengertian itikad baik secara objektif bersifat dinamis sesuai dengan pelaksanaan perjanjian secara nyata yang terjadi di lapangan. Setiap terjadi perubahan kondisi dalam pelaksanaan perjanjian yang terjadi di lapangan maka para pihak harus bersikap jujur dan terbuka satu sama lain dan melaksanakan perubahan kondisi lapangan yang terjadi dalam pelaksanaan perjanjian tersebut meskipun perubahan kondisi tersebut tidak termuat di dalam klausul perjanjian.

Pengertian diatas pada intinya pemilik merek bertitikad baik adalah pemilik merek yang jujur. Sifat yang jujur harus ditunjukkan tidak adanya niat pemilik merek untuk berbuat curang pada merek milik orang lain. Pengertian merek orang lain dibatasi dengan merek yang sudah dikenal di masyarakat. Di dalam pelaksanaan pendaftaran merek harus dilandasi dengan niat yang baik dan kejujuran dari pendaftar merek untuk melakukan pendaftaran mereknya tanpa ada maksud terselubung untuk mendompleng atau menjatuhkan merek orang lain untuk merah keuntungan yang sebesar-besarnya secara ekonomi.

Itikad baik dalam pendaftaran merek meliputi pengertian di dalam arti subjektif dimana pendaftar merek harus memiliki niat di dalam hati yang baik dan jujur untuk melakukan pendaftaran mereknya semata-

---

<sup>22</sup> Ismijati Jenie, *Itikad Baik Sebagai Asas Hukum*, Pascasarjana UGM, Yogyakarta, 2009, hlm. 23

mata untuk melindungi merek tersebut dari tindakan curang yang dilakukan oleh pihak lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dalam hal pendaftaran merek oleh pendaftar merek maka itikad baik secara subjektif maupun objektif harus sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan yang berlaku di bidang merek, tanpa memiliki maksud dan tujuan terselubung untuk melakukan pemalsuan terhadap merek pihak lain atau memanfaatkan merek orang lain yang sama pada pokoknya atau sama secara keseluruhannya untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya dari segi ekonomi dan merugikan merek terkenal yang telah terdaftar sebelumnya.<sup>23</sup>

Oleh sebab itu maka penerapan dari itikad tidak baik dalam pendaftaran merek dijadikan sebagai alasan pembatalan merek menurut Undang-Undang Merek, bertujuan untuk mengetahui adanya penerapan persamaan pada pokoknya dan itikad tidak baik dalam suatu gugatan pembatalan pendaftaran merek. Alasan terjadinya suatu pembatalan pendaftaran merek yang didasarkan pada persamaan pada pokoknya sama dengan yang dibuktikan pada itikad baik dalam suatu gugatan pembatalan terhadap pendaftaran merek.

### **3. Teori Kesadaran Hukum**

#### **a. Pengertian Kesadaran Hukum**

Kesadaran hukum menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah kesadaran seseorang akan pengetahuan bahwa suatu

---

<sup>23</sup> Ismijati Jenie, *Itikad Baik Sebagai Asas Hukum*, hlm. 23.

perilaku tertentu diatur oleh hukum. Kesadaran hukum pada titik tertentu diharapkan mampu untuk mendorong seseorang mematuhi dan melaksanakan atau tidak melaksanakan apa yang dilarang dan atau apa yang diperintahkan oleh hukum. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran hukum merupakan salah satu bagian penting dalam upaya untuk mewujudkan penegakan hukum.

Kesadaran hukum menurut Wignojoesobroto ialah kesediaan masyarakat dalam berperilaku sesuai dengan aturan hukum yang telah ditetapkan. Dalam kesadaran hukum memiliki dua dimensi, yaitu kognitif dan efektif. Kognitif merupakan pengetahuan tentang hukum yang mengatur perilaku tertentu baik dilarang maupun diperintahkan sesuai dengan hukum yang telah ditentukan. Sedangkan efektif merupakan suatu bentuk keinsyafan yang mengakui bahwa hukum memang harus dipatuhi.<sup>24</sup>

Menurut Abdurrahman kesadaran hukum ialah suatu kesadaran akan nilai-nilai hukum yang terdapat dalam kehidupan manusia untuk patuh dan taat pada hukum yang berlaku.

Sedangkan menurut Soerjono Soekanto, kesadaran hukum merupakan kepatuhan terhadap hukum dari persoalan yang secara luas, diantaranya masalah pengetahuan, pengakuan, serta penghargaan terhadap hukum. Kesadaran hukum berpusat pada

---

<sup>24</sup> Iwan Zainul Fuad, “*Kesadaran Hukum Pengusaha Kecil Di Bidang Pangan Dalam Kemasan Di Kota Semarang Terhadap Regulasi Sertifikasi Produk Halal*” (Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010), hlm.47.

adanya pengetahuan hukum, dari adanya pengetahuan hukum tersebut akan tumbuh suatu pengakuan dan penghargaan terhadap aturan-aturan hukum, selanjutnya akan timbul suatu kepatuhan hukum.

Dari penjelasan di atas, hubungan antara ketaatan dan kesadaran hukum tidak dapat dipisahkan karena keduanya memiliki hubungan yang sangat erat. Seseorang akan secara suka rela patuh kepada hukum jika ia menyadari akan pentingnya hukum. Karena seseorang tidak mungkin dapat patuh kepada hukum, jika ia tidak memahami dan menyadari akan pentingnya hukum. Oleh karena itu, kesanggupan untuk dapat memahami hukum harus diikuti oleh kemampuan untuk menilai hukum itu sendiri, terlepas dari adil atau tidaknya hukum tersebut.

Akibat dari rendahnya kesadaran hukum masyarakat adalah masyarakat yang tidak patuh terhadap peraturan hukum yang berlaku. Akibat yang ditimbulkan oleh rendahnya kesadaran hukum tersebut bisa menjadi lebih parah lagi apabila melanda aparat penegak hukum dan pembentuk peraturan perundang-undangan. Bisa dibayangkan bagaimana jadinya upaya penegak hukum dan kondisi sistem dan tata hukum yang ada.

Membangun kesadaran hukum tidaklah mudah, tidak semua orang memiliki kesadaran tersebut. Hukum sebagai Fenomena sosial merupakan institusi dan pengendalian masyarakat. Didalam

masyarakat dijumpai berbagai institusi yang masing-masing diperlukan didalam masyarakat untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya dan memperlancar jalannya pemenuhan kebutuhan-kebutuhan tersebut, oleh karena fungsinya demikian masyarakat perlu akan kehadiran institusi sebagai pemahaman kesadaran hukum.

Pentingnya kesadaran hukum membangun masyarakat yang sadar akan hukum inilah yang diharapkan akan menunjang dan menjadikan masyarakat menjunjung tinggi institusi/ aturan sebagai pemenuhan kebutuhan untuk mendambakan ketaatan serta ketertiban hukum. Peran dan fungsi membangun kesadaran hukum dalam masyarakat pada umumnya melekat pada institusi sebagai pelengkap masyarakat dapat dilihat dengan: 1) stabilitas, 2) memberikan kerangka sosial terhadap kebutuhan-kebutuhan dalam masyarakat, 3) memberikan kerangka sosial institusi berwujud norm-norma.

Beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat tidak akan pentingnya hukum adalah:

1. Adanya ketidakpastian hukum;
2. Peraturan-peraturan bersifat statis;
3. Tidak efisiensinya dalam cara-cara yang ada di masyarakat untuk mempertahankan peraturan yang berlaku.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Rahardjo Satjipto, *Ilmu Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1991, Edisi Revisi, hlm. 112.

Berlawanan dengan faktor-faktor diatas salah satu menjadi fokus pilihan dalam kajian tentang kesadaran hukum adalah:

1. penekanan bahwa hukum sebagai otoritas, sangat dikaitkan dengan lokasi dimana suatu tindakan hukum terjadi;
2. studi tentang kesadaran hukum tidak harus mengistimewakan hukum sebagai sebuah sumber otoritas atau motivasi untuk tindakan;
3. studi tentang kesadaran hukum memerlukan observasi, tidak sekedar permasalahan sosial dan peranan hukum dalam memperbaiki kehidupan mereka, tetapi juga mereka lakukan.

Berangkat dari uraian diatas maka pemenuhan kebutuhan dan hubungan antara institusi hukum maupun institusi masyarakat berperan sebagai pranata didalam masyarakat.

#### **b. Sistem Hukum**

Ada bnyak cara untuk membahas hukum atau system hukum salah satunya adalah dengan membahas sebagai *law*, yakni sekumpulan aturan-aturan norma tertulis atau tidak tertulis yang berkenaan dengan perilaku benar dan salah, hak dan kewajiban.

Teori sistem hukum menurut Lawrence M. Friedman, seorang profesor di bidang hukum, sejarawan, yang juga pakar sejarah hukum Amerika, dan penulis produktif, ada tiga elemen utama dari sistem hukum (legal system), yaitu:

1. Struktur Hukum (Legal Structure)

2. Isi Hukum (Legal Substance)
3. Budaya Hukum (Legal Culture)

Lawrence M. Friedman mengemukakan bahwa efektif dan berhasil tidaknya penegakan hukum tergantung tiga unsur sistem hukum, yakni struktur hukum (*legal structure*), substansi hukum (*legal substance*) dan budaya hukum (*legal culture*). Struktur hukum menyangkut aparat penegak hukum, substansi hukum meliputi perangkat perundang-undangan dan budaya hukum merupakan hukum yang hidup (*living law*) yang dianut dalam suatu masyarakat.

1. Struktur Hukum (Legal Structure)

Dalam teori Lawrence Meir Friedman hal ini disebut sebagai sistem Struktural yang menentukan bisa atau tidaknya hukum itu dilaksanakan dengan baik. Struktur hukum berdasarkan UU No. 8 Tahun 1981 meliputi; mulai dari Kepolisian, Kejaksaan, Pengadilan dan Badan Pelaksana Pidana (Lapas). Kewenangan lembaga penegak hukum dijamin oleh undang-undang. Sehingga dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya terlepas dari pengaruh kekuasaan pemerintah dan pengaruh-pengaruh lain. Terdapat adagium yang menyatakan “fiat justitia et pereat mundus” meskipun dunia ini runtuh hukum harus ditegakkan. Hukum tidak dapat berjalan atau tegak bila tidak ada aparat penegak hukum yang kredibilitas, kompeten

dan independen. Seberapa bagusnya suatu peraturan perundang-undangan bila tidak didukung dengan aparat penegak hukum yang baik maka keadilan hanya angan-angan. Lemahnya mentalitas aparat penegak hukum mengakibatkan penegakkan hukum tidak berjalan sebagaimana mestinya.

Banyak faktor yang mempengaruhi lemahnya mentalitas aparat penegak hukum diantaranya lemahnya pemahaman agama, ekonomi, proses rekrutmen yang tidak transparan dan lain sebagainya. Sehingga dapat dipertegas bahwa faktor penegak hukum memainkan peran penting dalam memfingsikan hukum. Kalau peraturan sudah baik, tetapi kualitas penegak hukum rendah maka akan ada masalah. Demikian juga, apabila peraturannya buruk sedangkan kualitas penegak hukum baik, kemungkinan munculnya masalah masih terbuka.

## 2. Isi Hukum (Legal Substance)

Dalam teori Lawrence M. Friedman hal ini disebut sebagai sistem substansial yang menentukan bisa atau tidaknya hukum itu dilaksanakan. Substansi juga berarti produk yang dihasilkan oleh orang yang berada dalam sistem hukum yang mencakup keputusan yang mereka keluarkan, aturan baru yang mereka susun. Substansi juga mencakup hukum yang hidup (living law), bukan hanya aturan yang ada dalam kitab undang-undang

(law books). Sebagai negara yang masih menganut sistem Civil Law Sistem atau sistem Eropa Kontinental (meski sebagian peraturan perundang-undangan juga telah menganut Common Law Sistem atau Anglo Saxon) dikatakan hukum adalah peraturan-peraturan yang tertulis sedangkan peraturan-peraturan yang tidak tertulis bukan dinyatakan hukum. Sistem ini mempengaruhi sistem hukum di Indonesia. Salah satu pengaruhnya adalah adanya asas Legalitas dalam KUHP. Dalam Pasal 1 KUHP ditentukan “tidak ada suatu perbuatan pidana yang dapat di hukum jika tidak ada aturan yang mengaturnya”. Sehingga bisa atau tidaknya suatu perbuatan dikenakan sanksi hukum apabila perbuatan tersebut telah mendapatkan pengaturannya dalam peraturan perundang-undangan. Substansi hukum menurut Friedman adalah:<sup>26</sup>

*“Another aspect of the legal system is its substance. By this is meant the actual rules, norm, and behavioral patterns of people inside the system ...the stress here is on living law, not just rules in law books”*

Aspek lain dari sistem hukum adalah substansinya. Yang dimaksud dengan substansinya adalah aturan, norma, dan pola perilaku nyata manusia yang berada dalam system itu. Jadi

---

<sup>26</sup> Lawrence M. Friedman, Sistem Hukum Perspektif Ilmu Sosial, Bandung: Nusa Media, 2011, hlm. 5.

substansi hukum menyangkut peraturan perundang-undangan yang berlaku yang memiliki kekuatan yang mengikat dan menjadi pedoman bagi aparat penegak hukum.

### 3. Budaya Hukum (Legal Culture)

Kultur hukum Lawrence M. Friedman<sup>27</sup> adalah sikap manusia terhadap hukum dan sistem hukum-kepercayaan, nilai, pemikiran, serta harapannya. Kultur hukum adalah suasana pemikiran sosial dan kekuatan sosial yang menentukan bagaimana hukum digunakan, dihindari, atau disalahgunakan. Budaya hukum erat kaitannya dengan kesadaran hukum masyarakat. Semakin tinggi kesadaran hukum masyarakat maka akan tercipta budaya hukum yang baik dan dapat merubah pola pikir masyarakat mengenai hukum selama ini. Secara sederhana, tingkat kepatuhan masyarakat terhadap hukum merupakan salah satu indikator berfungsinya hukum. Hubungan antara tiga unsur sistem hukum itu sendiri tak berdaya, seperti pekerjaan mekanik. Struktur diibaratkan seperti mesin, substansi adalah apa yang dikerjakan dan dihasilkan oleh mesin, sedangkan kultur hukum adalah apa saja atau siapa saja yang memutuskan untuk menghidupkan dan

---

<sup>27</sup> Lawrence M. Friedman, Sistem Hukum Perspektif Ilmu Sosial, hlm. 6.

mematikan mesin itu, serta memutuskan bagaimana mesin itu digunakan.

Dikaitkan dengan sistem hukum di Indonesia, Teori Friedman tersebut dapat kita jadikan patokan dalam mengukur proses penegakan hukum di Indonesia. Polisi adalah bagian dari struktur bersama dengan organ jaksa, hakim, advokat, dan lembaga permasyarakatan. Interaksi antar komponen pengabdian hukum ini menentukan kokohnya struktur hukum. Walau demikian, tegaknya hukum tidak hanya ditentukan oleh kokohnya struktur, tetapi juga terkait dengan kultur hukum di dalam masyarakat. Namun demikian, hingga kini ketiga unsur sebagaimana yang dikatakan oleh Friedman belum dapat terlaksana dengan baik, khususnya dalam struktur hukum dan budaya hukum. Sebagai contoh, dalam struktur hukum, Anggota polisi yang diharapkan menjadi penangkap narkoba, polisi sendiri ikut terlibat dalam jaringan narkoba. Demikian halnya para jaksa, sampai saat ini masih sangat sulit mencari jaksa yang benar-benar jujur dalam menyelesaikan perkara.

**c. Upaya pemerintah dalam meningkatkan kesadaran dan budaya hukum**

Implikasi peranan hukum dalam pergaulan hidup manusia, maka hukum harus peka terhadap perkembangan masyarakat yang serba berubah, dan harus mampu menyesuaikan diri dengan

berbagai keadaan yang juga berubah-ubah. Oleh sebab itu, tidak perlu ada kontradiksi antara pembaharuan hukum (tertulis) dengan nilai-nilai dan aspirasi yang hidup dalam masyarakat.

Teori *Pound* mengenai kepentingan-kepentingan sosial merupakan sebuah usaha yang lebih eksplisit untuk mengembangkan suatu model hukum responsif yang mana dalam perspektif ini, hukum yang baik seharusnya memberikan sesuatu yang lebih dari pada sekedar prosedur hukum. Hukum tersebut harus kompeten dan juga adil, hukum seharusnya mampu mengenali keinginan publik dan punya komitmen terhadap keadilan substantif. Setiap warga negara harusnya dapat berpikir kritis untuk mengidentifikasi kepentingan-kepentingan sosial dan melibatkan diri dalam mencapai kepentingan-kepentingan tersebut.

Untuk dapatnya hukum berfungsi sebagai pengayom masyarakat, maka diperlukan faktor pendukung yaitu fasilitas yang diharapkan akan mendukung pelaksanaan norma hukum yang berlaku dalam kehidupan masyarakat. selain itu, berfungsinya hukum sangat tergantung pada hubungan yang serasi antara hukum itu sendiri (perangkat aturan hukum, aparat penegak hukum dan kesadaran masyarakat). kekurangan salah satu dari unsur ini akan mengakibatkan seluruh sistem hukum akan berjalan pincang. Berdasarkan pemahaman terhadap sistem hukum nasional yang menyangkut adanya empat komponen atau sub sistem yaitu:

1. Budaya hukum;
2. Materi hukum;
3. Lembaga, organisasi, aparatur, dan mekanisme hukum; serta Prasarana dan sarana hukum.

Salah satu upaya yang dilakukan dalam meningkatkan budaya hukum dan kesadaran hukum adalah melalui pendidikan dan sosialisasi berbagai peraturan perundang-undangan dalam rangka mematuhi dan mentaati hukum serta penegakan supremasi hukum.<sup>28</sup> Salah satu cara yang efektif adalah dengan melakukan penyuluhan hukum.

Penyuluhan Hukum adalah salah satu kegiatan penyebarluasan informasi dan pemahaman terhadap norma-norma hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku guna mewujudkan dan mengembangkan kesadaran hukum masyarakat, sehingga tercipta budaya hukum dalam bentuk tertib dan taat atau patuh terhadap norma hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku demi tegaknya supremasi hukum. Sampai saat ini penyuluhan hukum telah dilaksanakan dengan berbagai cara dan metode. Secara garis besar metode penyuluhan dibagi dua, yaitu penyuluhan hukum langsung dan penyuluhan hukum tidak langsung. Metode penyuluhan adalah cara penyampaian informasi

---

<sup>28</sup> Jawardi, *Strategi Pengembangan Budaya Hukum, Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 2016, hlm. 77.

hukum dari penyuluh hukum kepada sasaran penyuluhan hukum. Penyuluhan hukum langsung dilakukan dengan cara bertatap muka secara langsung antara penyuluh dan yang disuluh. Penyuluhan hukum tidak langsung merupakan penyuluhan hukum yang dilakukan melalui media cetak dan media elektronik. Penyuluhan Hukum melalui media elektronik salah satunya adalah melalui televisi, baik TVRI maupun Televisi swasta.<sup>29</sup>

Beberapa hal yang perlu dilakukan dalam rangka mendukung upaya pembudayaan dan kecerdasan hukum masyarakat, adalah sebagai berikut:

1. Upaya pembudayaan hukum harus dilakukan dengan metode yang tepat dan efektif, dengan memanfaatkan berbagai media dan infrastruktur serta lembaga-lembaga yang hidup dan tumbuh di masyarakat.
2. Sosialisasi berbagai materi hukum, perlu terus diupayakan agar setiap perkembangan terbaru mengenai perundang-undangan diketahui dan dipahami oleh masyarakat. Dengan demikian, ketersediaan dan kemudahan akses terhadap informasi materi hukum secara mudah, menjadi bagian penting dari upaya pembudayaan hukum masyarakat.
3. Budaya hukum masyarakat harus dibangun paralel dengan peningkatan profesionalisme aparat penegak hukum dan

---

<sup>29</sup> Jawardi, *Strategi Pengembangan Budaya Hukum*, hlm. 78.

birokrasi. Karena profesionalisme ini akan sangat berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat terhadap hukum itu sendiri.

4. Perlu dilakukan pola dan program pembudayaan hukum secara terpadu, terencana dan didasarkan kepada fakta-fakta permasalahan hukum yang terjadi. Dengan demikian, keberadaan tenaga fungsional penyuluh hukum, perlu segera direalisasikan.
5. Pembudayaan hukum harus dilakukan sejak usia dini dan dimulai dari rumah tangga sebagai miniatur terkecil negara hukum, untuk mencapai masyarakat berbudaya hukum saat ini dan masa depan.<sup>30</sup>

Prinsip-prinsip yang mendukung pembudayaan hukum dan kecerdasan hukum masyarakat tersebut diatas akan menghasilkan masyarakat yang berbudaya hukum atau cerdas hukum. Ciri-ciri masyarakat cerdas hukum adalah masyarakat yang memahami hukum secara komprehensif yang terkait dengan hak dan kewajibannya, mengetahui kebolehan-kebolehan dan larangan-larangan serta memahami keuntungan dan resiko apa saja yang akan dialami terkait perbuatan hukum yang dilakukannya, teliti dan cermat dalam mengambil langkah-langkah dan tindakan-tindakan hukum serta mampu memjauhi segala perbuatan yang dapat menimbulkan pelanggaran hukum, mampu menghindari perbuatan

---

<sup>30</sup> Jawardi, *Strategi Pengembangan Budaya Hukum*, hlm. 93.

yang menjurus kepada pelanggaran hukum. Unsur lain kecerdasan hukum masyarakat adalah kemampuan untuk berperan serta dalam upaya mewujudkan negara hukum yang demokratis, melalui kontribusi pemikiran dalam rangka pembangunan hukum nasional, sehingga hukum yang dibuat benar-benar dapat mencerminkan nilai-nilai filosofis, sosiologis, dan yuridis.

#### 4. Merek Dalam Hukum Islam

Sebenarnya dalam hukum Islam tidak terdapat penanganan khusus yang membahas mengenai masalah merek. Merek merupakan bagian dari Hak Atas Kekayaan Intelektual. Permasalahan hak milik Intelektual senantiasa berkembang seiring perkembangan Ilmu Pengetahuan dan ternologi.

Dewasa ini permasalahan hak milik Intelektual semakin kompleks, karena tidak semata-mata memberikan perlindungan terhadap Individu akan tetapi telah terjadi bagian dari masalah politik dan ekonomi. Permasalahan hak milik Intelektual sudah tidak murni lagi hanya bidang hak milik Intelektual semata, soalnya banyak kepentingan yang berkaitan dengan hak milik Intelektual tersebut, bidang ekonomi dan politik sudah menjadi unsur yang tidak terpisahkan dalam permasalahan hak milik Intelektual.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Neni Sri Imaniyati, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam Dalam Perkembangan*, Bandung: Penerbit Mandar Maju, 2002, hlm. 123.

Dalam permasalahan Hak Kekayaan Intelektual, Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga merespon hal tersebut. Menurut Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005, perlindungan Hak Kekayaan Intelektual tidak bertentangan dengan hukum Islam, hak tersebut harus dilindungi oleh syara' (hukum Islam), atas dasar aqidah (istishlah) karena pelanggaran hak milik merupakan suatu tindakan kejahatan dan pelanggaran terhadap hak kepemilikan.<sup>32</sup> Perlindungan atas karya Intelektualnya, sebagai bentuk penghargaan atas karya kreativitas Intelektualnya. Negara memberikan hak eksklusif kepada pendaftarannya dan pemiliknya sebagai pemegang hak yang sah dimana melarang orang lain yang tanpa persetujuannya atau tanpa hak.

Al Qur'an telah memberikan gambaran tentang asal usul harta atau hak milik, yang pertama kali diterbitkan Allah kepada manusia pertama kemudian turun-temurun kepada generasi berikutnya. Dengan demikian, awal sejarah kepemilikan sama dengan awal manusia itu sendiri. Selama hidup, manusia tidak akan pernah lepas dari masalah kepemilikan.

Merek merupakan suatu identitas yang dimiliki dan menjadi pembeda dari barang lainnya yang sejenis. Merek dalam hukum Islam dapat dikatakan sebagai hak milik. Kepemilikan adalah suatu ikatan

---

<sup>32</sup> Muhammad Djumhana, *Perkembangan Doktrin Dan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2006, hlm. 9.

seseorang dengan hak miliknya yang disahkan Syari'ah. Kepemilikan berarti pula hak khusus yang didapatkan si pemilik sehingga ia mempunyai hak menggunakan sejauh tidak melakukan pelanggaran pada garis-garis Syari'ah. Allah berfirman dalam surat An-nisa' ayat 5:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

*“dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang tidak sempurna akalnya, harta mereka yang dalam kekuasaanmu yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan” (An nisa’:5)<sup>33</sup>*

Unsur-unsur sistem Hak Milik dalam Islam ada tiga kategori hak milik, yaitu Hak Milik Pribadi (Private Property), Hak Milik Umum /Pemerintah (Public Ownership) dan Voluntary (Waqaf).

1. Konsep kepemilikan dalam Islam:<sup>34</sup>

- a. Semua yang ada di muka bumi adalah milik Allah SWT
- b. Manusia dengan kepemilikannya adalah pemegang amanah dan khalifah
- c. Ikhtiyar dalam bentuk bekerja, bisnis dan usaha lain yang halal adalah merupakan sarana untuk mencapai kepemilikan pribadi

<sup>33</sup> QS. An-Nisa' ayat 5

<sup>34</sup> Ahmad Ahzar Basyir, *“Asas-asas Hukum Muamalat”*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), hlm. 74.

- d. Dalam kepemilikan Pribadi ada hak-hak umum yang harus dipenuhi

## 2. Macam-macam Kepemilikan

### a. Hak milik pribadi

Proses kepemilikan harus didapatkan melalui caara yang sah menurut agama Islam. Islam mengakui adanya hak milik pribadi, dan menghargai pemiliknya, selama harta itu diperoleh dengan jalur yang sah menurut agama Islam. Dan Islam tidak melindungi kepemilikan harta benda yang diperoleh dengan jalam haram.

### b. Hak milik umum (kolektif)

Konsep hak milik umum pada mulanya digunakan dalam Islam dan tidak terdapat pada masa sebelumnya. Maksudnya, tipe ini memiliki bentuk yang berbeda-beda. Misalnya: semua harta milik masyarakat yang memberikan pemilikan atau pemanfaatan atas berbagai macam benda yang berbeda-beda kepada warganya. Contoh lain, tentang pemilikan harta kekayaan secara kolektif adalah wakaf.

### c. Hak milik negara

Negara membutuhkan hak milik untuk memperoleh pendapatan, sumber penghasilan dan kekuasaan untuk melaksanakan kewajiban-kewajibannya. Misalnya,

untuk menyelenggarakan pendidikan, memelihara keadilan, regenerasi moral dan tatanan masyarakat yang terjamin kesejahteraannya.

Kekayaan negara secara aktual merupakan kekayaan umum. Kepala negara hanya bertindak sebagai pemegang amanah. Dan merupakan kewajiban negara untuk mengeluarkannya guna kepentingan umum. Oleh karena itu, sangat dilarang penggunaan kekayaan negara yang berlebihan.

### 3. Ruang lingkup kepemilikan

Kepemilikan yang sah menurut Islam adalah kepemilikan yang terlahir dari proses yang disahkan dan menurut pandangan Fiqh Islam terjadi karena:<sup>35</sup>

- a. Menjaga hak umum
- b. Transaksi pemindahan hak
- c. Penggantian posisi pemilikan

Merek merupakan bagian dari hak milik pribadi dalam hukum Islam, bukan hak milik umum. Hak milik pribadi merupakan hak milik *syara'* pada individu untuk memanfaatkan sesuatu, baik berupa benda maupun jasa. Ada lima sebab-sebab kepemilikan individu yaitu:

1. *Ashabul al-tamalluk*, yaitu karena hasil bekerja
2. *Al-'amal*, karena hak waris

<sup>35</sup> Ahmad Ahzar Basyir, "Asas-asas Hukum Muamalat", hlm.80.

3. *Al-irts*, karena keperluan harta untuk mempertahankan hidup dari pemberian negara
4. *I'thau al-daulah*, yang dibutuhkan untuk kesejahteraan rakyat berupa hasil pertanian, hasil pajak, dan uang modal.
5. Serta harta yang diperoleh individu tanpa daya upaya atau dari hadiah atau dari santunan.

Islam menghargai dan menghormati hak milik pribadi. Karenanya Islam memberikan sanksi hukum yang cukup berat terhadap siapa saja yang berani melanggar hak milik pribadi atau menyerobot hak orang lain. Adapun sebab-sebab kepemilikan dari suatu merek tersendiri yaitu karena sebab hak milik yang diperoleh melalui *ihraz-al-mubahat*. Yaitu seperti yang sudah dijelaskan diatas. Pemilikan ini melalui penguasaan terhadap harta yang belum dikuasai atau dimiliki pihak lain. Misalnya pada tas yang mempunyai merek tas Gucci. Pada prinsipnya harta benda sejenis ini termasuk *al-mibahat*. Setiap orang berhak menguasai harta benda untuk tujuan dimiliki sebatas kemampuan masing-masing. Perbuatan menguasai harta bebas untuk tujuan pemilikan, inilah yang dinamakan *al-ihraz*.<sup>36</sup>

Dari dasar pemikiran diatas, maka ditetapkan sebagai berikut:

---

<sup>36</sup> Ghufron A. Mas`adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 57.

- 1) Dalam hukum Islam, hak milik merek dipandang sebagai salah satu *huquq maliyah* (hak kekayaan) yang mendapatkan perlindungan hukum (*mashur*) sebagaimana mal (kekayaan).
- 2) Hak milik merek mendapatkan perlindungan hukum Islam sebagaimana dimaksud pada point yang pertama tersebut adalah hak cipta atas ciptaan yang tidak bertentangan dengan hukum Islam
- 3) Sebagaimana mal, hak milik merek dapat dijadikan objek akad (*al-maqud alaih*), baik akad *mu'awadhah* (pertukaran komersial), maupun akad *tabarruat* (nonkomersial), serta diwakafkan dan diwarisi.
- 4) Setiap bentuk pelanggaran terhadap merek, terutama pembajakan, merupakan kezaliman yang hukumnya haram.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu dengan menggunakan langkah-langkah yang sistematis, dengan menggunakan prosedur tertentu, berupa serangkaian cara atau langkah yang disusun secara terarah, sistematis dan teratur.<sup>37</sup> Istilah metodologi berasal dari kata metode yang berarti jalan, namun demikian menurut kebiasaan metode dirumuskan dengan kemungkinan-kemungkinan suatu tipe pemikiran yang dipergunakan dalam penelitian dan penilaian, suatu teknik yang umum bagi ilmu pengetahuan, cara tertentu untuk melaksanakan suatu prosedur.<sup>38</sup>

Untuk memperoleh kebenaran data yang dipercaya, maka suatu penelitian harus menggunakan metode yang tepat sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Penelitian pada hakikatnya merupakan suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan dengan menggunakan metode-metode ilmiah. Suatu penelitian secara umum juga diartikan sebagai suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Soerjono Soekanto, penelitian hukum adalah:

---

<sup>37</sup>Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Jakarta, PT. Grafindo, 2001), hlm.3.

<sup>38</sup>Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UII Press, 1981), hlm.5.

Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis dan konsisten. Sedangkan penelitian hukum adalah suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari sesuatu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya. Serta dilakukan pemeriksaan yang mendalam terhadap faktor hukum tersebut, untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan.<sup>39</sup>

Prosedur dan ketentuan dalam penelitian berupa pengumpulan data dan informasi telah dilakukan didalam penelitian ini untuk mendukung penulisan penelitian ini sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Upaya-upaya yang dilakukan untuk dapat dapat mengumpulkan data tersebut, menggunakan metode-metode, adapun metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian Yuridis Empiris atau penelitian hukum lapangan, dimana penelitian hukum sebagai penelitian empiris dapat direalisasikan dengan penelitian terhadap efektifitas hukum yang sedang berlaku di masyarakat.<sup>40</sup> Atau dengan kata lain yaitu suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan sebenarnya atau keadaan nyata yang terjadi di

---

<sup>39</sup>Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, hlm.43.

<sup>40</sup>Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktik*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), hlm.16.

masyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta- fakta dan data yang dibutuhkan, setelah data yang dibutuhkan terkumpul kemudian menuju kepada identifikasi masalah yang pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah.<sup>41</sup> penelitian ini termasuk kedalam penelitian empiris, karna peneliti ingin mengetahui bagaimana impementasi asas itikad baik pengrajin tas terhadap penggunaan merek terkenal yang terjadi di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo.

### **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian pada metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Dalam penelitian ini adalah meneliti prilaku hukum dari warga masyarakat, dengan cara meneliti langsung untuk mendapatkan data yang diperlukan berupa data primer atau data dasar.<sup>42</sup>

Pendekatan yuridis sosiologis adalah menekankan penelitian yang bertujuan memperoleh pengetahuan hukum secara empiris dengan jalan terjun langsung ke obyeknya yaitu mengetahui bagaimana implementasi asas itikad baik pengrajin tas terhadap penggunaan merek terkenal di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo.

Dalam penelitian hukum digunakan pula data sekunder yang berfungsi untuk memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer, dimana

---

<sup>41</sup>Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktik*, hlm.16.

<sup>42</sup>Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, hlm.51.

penelitian ini menggunakan undang-undang, buku-buku, hasil penelitian terdahulu, yang berkaitan dengan materi dalam penelitian ini.

### C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, tepatnya dikawasan sentral industri kerajinan kulit tas dan dompet.

### D. Jenis dan Sumber Data

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yang terkait dengan permasalahan yang akan dibahas, dengan cara wawancara<sup>43</sup>. Sumber data diperoleh dari lapangan secara langsung dengan wawancara kepada Para pengrajin tas yang menggunakan merek terkenal.
- b. Data Sekunder adalah data-data yang diperoleh dari dokumen resmi seperti buku-buku, hasil penelitian yang berwujud laporan sebagai data pelengkap sumber data primer. Sumber data sekunder penelitian ini adalah data data yang diperoleh dengan melakukan kajian pustaka seperti buku- buku ilmiah, hasil penelitian dan sebagainya.<sup>44</sup> Data sekunder mencakup dokumen-dokumen, buku, hasil penelitian yang berwujud laporan dan seterusnya.<sup>45</sup> Adapun data sekunder yang menjadi sumber didalam penelitian ini adalah buku-buku tentang hak merek dalam hukum hak kekayaan intelektual ataupun hak merek dalam hukum Islam, serta penelitian terdahulu yang memiliki tema yang sama

---

<sup>43</sup>Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm.30.

<sup>44</sup>Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, hlm.30.

<sup>45</sup>Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, hlm.30.

dan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai merek atau hak kekayaan intelektual.

### **E. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan atau mendapatkan data yang akurat dan otentik serta dapat di pertanggung jawabkan karena dilakukan dengan mengumpulkan sumber data baik data primer maupun data sekunder, yang disesuaikan dengan pendekatan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data primer dan data sekunder yang digunakan adalah:

#### **a. Wawancara Langsung**

Selama ini metode wawancara seringkali dianggap sebagai metode yang paling efektif dalam pengumpulan data primer di lapangan. Dianggap efektif karena interviewer dapat bertatap muka langsung dengan responden untuk menanyakan perihal responden, fakta-fakta yang ada dan pendapat atau opini serta persepsi responden, bahkan sasaran-sasaran responden.<sup>46</sup>

Pengumpulan data dan fakta sosial sebagai bahan kajian ilmu hukum empiris, dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dimana semua pertanyaan disusun secara sistematis, jelas dan terarah sesuai dengan isu hukum, yang di angkat dalam penelitian. Wawancara langsung ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang benar dan akurat dari sumber yang ditetapkan sebelumnya. Wawancara tersebut

---

<sup>46</sup>Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktik*, hlm.57.

semua keterangan yang diperoleh mengenai apa yang diinginkan dicatat atau direkam dengan baik.<sup>47</sup> Wawancara dilakukan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna mencapai tujuan tertentu dan tujuan ini dapat bermacam-macam, antara lain yaitu mendapatkan informasi yang akurat dari narasumber yang berkompeten.<sup>48</sup> Adapun pengelolaan data ditelusuri dan diperoleh melalui:

- a) Wawancara langsung kepada pihak-pihak yang terkait yaitu para pengrajin tas di Tanggulangin Sidoarjo.

- b. Studi Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan suatu alat pengumpulan data yang dilakukan dengan melalui data tertulis atau gambar dengan menggunakan konten analisis. Sumber tertulis atau gambar berbentuk dokumen resmi, buku, majalah, arsip, dokumen pribadi, dan foto yang terkait dengan permasalahan penelitian.<sup>49</sup> Dilakukan untuk memperoleh dan memahami konsep dan teori serta ketentuan tentang hak merek.

## F. Metode Pengolahan Data

Pengolahan dan analisis data pada suatu penelitian hukum empiris, tunduk pada cara analisis data ilmu-ilmu sosial.<sup>50</sup> Data yang di dapat harus sesuai dengan keabsahan data di lapangan. Cara kualitatif artinya menguraikan data dalam bentuk kalimat yang teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih

---

<sup>47</sup>Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, hlm.167- 168

<sup>48</sup>Burhan Asshafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hlm.95.

<sup>49</sup>Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, hlm.21.

<sup>50</sup>Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, hlm.168.

dan efektif sehingga memudahkan pemahaman dan intrpretasi data. Adapun tahapan- tahapan dalam menganalisis data yaitu:

a. *Editing/ edit*

*Editing* adalah kegiatan yang dilakukan setelah menghimpun data di lapangan, berupa penelitian kembali terhadap catatan, berkas-berkas, informasi dikumpulkan oleh para pencari data. Melalui *editing* diharapkan akan dapat meningkatkan mutu kehandalan atau kualitas data yang hendak dianalisis. Proses editing ini menjadi penting karena kenyataannya bahwa data yang terhimpun kadangkala belum memenuhi harapan peneliti, sehingga peneliti harus melakukan penelitian ulang terhadap catatan penelitian yang telah dimiliki oleh peneliti. Ada di antaranya yang kurang bahkan terlewatkan. Oleh karena itu, untuk kelengkapan penelitian ini, maka proses *editing* ini sangat diperlukan dalam mengurangidata yang tidak sesuai dengan tema penelitian ini

b. *Classifying*

Dilakukan untuk megklasifikasi jawaban atau data yang diperoleh agar penelitian lebih sistematis, maka data hasil wawancara diklasifikasikan berdasarkan kategori tertentu, yaitu berdasarkan pertanyaan dalam rumusan masalah, sehingga data yang diperoleh benar- benar memuat informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

### c. Verifikasi

Verifikasi data secara bahasa adalah mengecek kembali data-data yang sudah terkumpul agar dapat diketahui keabsahan datanya apakah benar-benar sudah valid dan sesuai dengan yang diharapkan atau diperlukan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Jadi tahap verifikasi ini merupakan tahap pembuktian kebenaran data untuk menjamin validitas data yang telah terkumpul. Verifikasi ini dilakukan dengan cara mendengarkan dan mencocokkan kembali hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya dalam bentuk rekaman dengan tulisan dari hasil wawancara peneliti ketika wawancara. Kemudian menemui sumber data subyek dan memberikan hasil wawancara dengannya untuk ditanggapi apakah data tersebut sesuai dengan yang diinformasikan olehnya atau tidak. Selanjutnya data tersebut di verifikasi dengan cara pencocokan antara hasil wawancara dengan subyek yang lainnya, agar dapat disimpulkan secara sempurna dan secara proporsional.

### d. Analisis Data

Analisis data adalah proses menganalisis dan mengurutkan data yang telah diperoleh ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja.

Jadi dalam analisis data bertujuan untuk mengorganisasikan data-data yang telah diperoleh. Setelah data dari lapangan terkumpul dengan metode pengumpulan data yang telah dijelaskan di atas, maka penulis

akan mengelola dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, dan memilah- milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting kepada orang lain. Analisis data kualitatif adalah suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan data- data yang telah terkumpul, sehingga diperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya.

e. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan hasil suatu proses penelitian. Setelah langkah- langkah di atas, maka langkah yang terakhir adalah menyimpulkan dari analisis data untuk menyempurnakan penelitian ini, sehingga mendapat keluasan ilmu khususnya bagi peneliti serta bagi pembacanya. Pada tahap ini peneliti membuat kesimpulan dari keseluruhan data- data yang telah diperoleh dari kegiatan penelitian yang sudah dianalisis kemudian menuliskan kesimpulannya pada bab V.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Kecamatan Tanggulangin

##### 1. Geografi

Kondisi geografis Kecamatan Tanggulangin berbatasan langsung dengan 3 Kecamatan yaitu Kecamatan Candi di sebelah utara, Kecamatan Candi dan Kecamatan Porong di sebelah timur, Kecamatan Porong di sebelah selatan dan Kecamatan Tulangan di sebelah barat. Kecamatan Tanggulangin merupakan salah satu kecamatan yang terletak  $\pm 6$  meter dari permukaan laut dan antara  $7,48^{\circ}$  -  $7,52^{\circ}$  lintang selatan dan  $112,67^{\circ}$  -  $112,75^{\circ}$  bujur timur dengan jarak kurang lebih 6 km dari Ibukota Kabupaten Sidoarjo.<sup>51</sup>

Kecamatan Tanggulangin memiliki luas wilayah sebesar 32,28 Km<sup>2</sup>. Penggunaan lahan sebagian besar digunakan untuk tanaman pangan maupun perikanan sebesar 1.932 hektar atau 59,84 persen.

Secara administratif Kecamatan Tanggulangin merupakan salah satu Kecamatan dengan Desa cukup banyak, yaitu 19 Desa, yakni: Randegan, Kedensari, Kalisampurno

Keadaan iklim di wilayah Kecamatan Tanggulangin cukup baik dengan rata-rata curah hujan setiap tahunnya bulan basah: 10 bulan dan

---

<sup>51</sup> BPS, Katalog, *statistik Kecamatan Tanggulangin 2015*, (Sidoarjo: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo), hlm. 1.

bulan kering: 2 bulan. Rata-rata hujan tahunan selama tahun 2014 cukup tinggi yaitu 187mm.

Secara administratif Kecamatan Tanggulangin merupakan salah satu Kecamatan dengan Desa cukup banyak, yaitu 19 Desa, yakni: Randegan, Kedensari, Kalisampurno, Ketapang, Kedungbanteng, Kalidawir, Putat, Ngaban, Kalitengah, Kludan, Boro, Ketegan, Ganggang Panjang.<sup>52</sup>

## 2. Kependudukan

Jumlah penduduk berdasarkan hasil reistrasi pada tahun 2014 mencatat bahwa Kecamatan Tanggulangin terdapat 73.538 jiwa, terdiri dari 36.750 laki-laki dan 36.788 perempuan. Terjadi penurunan sekitar 2,66 persen dari jumlah tahun 2013 yang berjumlah 75.496 jiwa. Hal ini dipengaruhi adanya sistem pendataan penduduk pemerintah daerah (SIAK) yang semakin tertib dalam pencatatan registrasi penduduk.

Penduduk Kecamatan Tanggulangin sebagian besar tinggal di wilayah Desa Kalitengah, jumlahnya mencapai 17 persen. Pada tahun 2014 penduduk di desa kalitengah mencapai 12.676 jiwa. Terjadi kenaikan jumlah penduduk yang tinggi dibanding tahun sebelumnya, sekitar 25 persen. Sedangkan jumlah penduduk di desa-desa lainnya berada pada kisaran 1-6 ribu jiwa.

## 3. Sosial

Sebagai bagian dari wilayah yang mayoritas berpenduduk muslim, Kecamatan Tanggulangin pun mayoritas beragama Islam. Ini terlihat dari

---

<sup>52</sup> BPS, Katalog, *statistik Kecamatan Tanggulangin 2015*, hlm. 2.

presentase penduduk yang memeluk agama Islam sebesar 99,4 persen. Mutlak diperlukan sarana dan prasarana yang bisa menunjang kehidupan beragama. Tempat peribadatan yang berada di Kecamatan Tanggulangin 465 buah dengan rincian 55 masjid dan 410 langgar/musolla.<sup>53</sup>

Perbedaan Kantor Polsek Tanggulangin dan koramil diharapkan bisa memberikan kenyamanan lebih kepada warga. Tingkat pelanggaran dan kejahatan di Kecamatan Tanggulangin terlihat rendah. Dari 60 pelanggaran yang terjadi selama Tahun 2014 di dominasi oleh kegiatan perjudian sebanyak 33 kejadian dan penganiayaan sebanyak 14 kejadian.

Jumlah penyandang cacat pada tahun 2014 menurun dibanding tahun 2012. Penurunannya mencapai 27,36 persen. Jenis kecacatan yang paling banyak ada di Kecamatan Tanggulangin adalah tuna daksa yaitu sebanyak 83 orang dan diikuti tuna grahita yaitu sebanyak 65 orang.

#### **4. Aspek Pendidikan**

Pendidikan merupakan faktor penting dalam menentukan kemajuan suatu daerah. Saran fisik pendidikan merupakan penunjang utama dalam proses belajar mengajar untuk setiap jenjang pendidikan. Beranjak dari pendidikan prasekolah yang meliputi Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) dan Taman Kanak-kanak (TK), sekolah dasar (SD) Sampai Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA). Ketersediaan sarana fisik ini tercermin dari jumlah sekolah yang tersedia.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> BPS, Katalog, *Statistik Kecamatan Tanggulangin 2015*, hlm. 10.

<sup>54</sup> BPS, Katalog, *Statistik Kecamatan Tanggulangin 2015*, hlm. 6.

Pada tahun 2014, jumlah fasilitas Pendidikan Pra Sekolah (Taman Kanak-Kanak) di Kecamatan Tanggulangin sebanyak 37 sekolah. Sedangkan pada jenjang ini meliputi pendidikan Sekolah Dasar (SD) sebanyak 42 sekolah. Pada jenjang ini meliputi 21 Sekolah Dasar Negeri, 6 Sekolah Dasar Swasta dan 15 sekolah Madrasah Ibtidaiyah.

Adapun untuk jenjang Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP), tersedia 14 sekolah yang terdiri dari 2 SLTP Negeri, 5 SLTP Swasta dan 7 Madrasah Tsanawiyah. Sedangkan untuk Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) terdapat 8 sekolah yang terdiri dari SLTA Swasta dan 3 Madrasah Aliyah.

Salah satu faktor yang membutuhkan keberhasilan pembangunan di bidang pendidikan adalah tersedianya tenaga pengajar yang memadai baik secara kualitas maupun secara kuantitas. Tenaga pengajar pada seluruh jenjang pendidikan di Kecamatan Tanggulangin berjumlah 1.220 orang. Terdiri dari 174 pengajar Pendidikan Pra Sekolah (PAUD/TK), 533 pengajar Sekolah Dasar (SD), 344 pengajar Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) dan 169 pengajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA).<sup>55</sup>

Jumlah murid pada jenjang TK sebanyak 1.910 siswi. Sedangkan jumlah murid terbanyak terlihat pada jenjang SD sederajat, yaitu sebanyak 8.283 siswi. Pada jenjang SLTP sederajat sebanyak 4.602 siswi dan jenjang SLTA sederajat sebanyak 1.423 siswa.

---

<sup>55</sup> BPS, Katalog, *Statistik Kecamatan Tanggulangin 2015*, hlm. 7.

Pendidikan merupakan salah satu aspek yang sangat penting didalam pembangunan sebuah Negara. Karena pendidikan inilah yang nantinya akan menentukan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) warga negaranya. Seperti yang ditunjukkan oleh *Human Development Index* (HDI) atau *Index Pembangunan Manusia* (IPM) dan sekolah merupakan sarana penunjang dilaksanakannya sebuah proses pendidikan. Oleh karena itu banyaknya sekolah di suatu wilayah tertentu, bisa dijadikan sebagai indikator tingkat kualitas pendidikan wilayah tersebut. Termasuk di daerah Kabupaten Sidoarjo itu sendiri. Ini dibuktikan dengan adanya pendidikan yang baik dan berkualitas, Kabupaten Sidoarjo khususnya, mampu melahirkan generasi muda yang kompetitif dan siap bersaing di semua sektor, terutama disektor pekerjaan dari penduduknya dalam menghadapi Masyarakat Eonomi Asean yang rencana dimulai pada tahun akhir 2015 akhir.

#### **5. Industri**

Salah satu produk unggulan di Kabupaten Sidoarjo yang memiliki potensi besar adalah kerajinan kulit, khususnya tas yang berkembang di Kecamatan Tanggulangin, khususnya di Desa Kedensari yang mana diikuti oleh desa-desa sekitarnya, yaitu Kludan, Boro, dan Ketegan pada industri kerajinan rumah tangga.

Jumlah industri kerajinan rumah tangga yang bergerak di bidang industri kulit mencapai 725 perusahaan atau 64 persen dari total industri kerajinan rumah tangga di Kecamatan Tanggulangin. Selain itu, saat ini

yang sedang berkembang adalah usaha pengasapan ikan yang terpusat di desa Penatarsewu terdapat 59 pengusaha.

Sebagai sentra pertanian; industri besar, sedang dan kecil yang berkembang di Kecamatan Tanggulangin. Sebagian besar bergerak di bidang industri tembakau. Sekitar 2 ribu orang yang terserap bekerja pada 27 perusahaan industri besar sedang di Kecamatan Tanggulangin pada tahun 2014. Perusahaan industri besar, sedang terpusat di Desa Randegan dan Desa Kludan.

#### **6. Industri Kulit Kecamatan Tanggulangin**

Kecamatan Tanggulangin merupakan salah satu dari sekian kecamatan yang ada di Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kecamatan Tanggulangin berada di sebelah selatan ibukota Sidoarjo dan hanya berjarak 9 km dari pusat kota Sidoarjo. Kecamatan Tanggulangin di Sidoarjo dikenal sebagai Sentra Kerajinan Kulit. Berbagai produk seperti tas, sepatu, dompet, ikat pinggang hingga jaket kulit di produksi di sini. Sebelum lumpur menyembur Tanggulangin adalah surga belanja bagi mereka yang menginginkan aneka produk kulit berkualitas dengan harga miring.

Tanggulangin adalah salah satu wilayah kecamatan Sidoarjo yang kebanyakan penduduknya merupan penggiat industri kecil dalam kerajinan kulit. Sentra kerajinan kulit di Tanggulangin itu berlokasi di Jl. Kedensari Tanggulangin. Berbagai macam kebutuhan yang berbahan kulit di produksi di tempat ini mulai dari sandal, sepatu, tas, dompet, koper, jaket serta

barang yang berbahan dasar kulit lainnya. Kerajinan kulit sebenarnya sudah berdiri sejak tahun 1939, pada saat itu berbahan perajin Tas Tanggulangin memulai dengan pembuatan tas dan koper.

Semenjak beberapa orang menjadi kuli yang membantu proses pembuatan koper di Surabaya. Selanjutnya muncul tenaga-tenaga trampil yang mampu membuat koper sendiri di suatu Desa namanya Kedensari Kecamatan Tanggulangin. Saat itu koper yang dibuat dari bahan karton tebal dan di lapisi kulit sapi yang di proses sederhana yang dipres menggunakan lem kanji. Dengan pengalaman yang di dapatkan di perusahaan, mereka kemudian mendirikan usaha sendiri. Produk yang dihasilkan antara lain tas, koper, dompet, ikat pinggang dan sepatu. Produk ini telah memiliki brand dan mutu yang cukup bagus yang sudah diakui oleh konsumen.

Pada tahun 1976 didirikanlah sebuah Koperasi Industri Tas dan Koper yang disebut INTAKO yang sekaligus menjadi pusat penjualan hasil Produksi Tas dan Koper khususnya, yang awalnya hanya beranggotakan 27 orang. Modal usaha diperoleh dari simpanan pokok anggota. Dalam perjalanannya, koperasi itu terus berkembang dan jumlah anggotanya sudah mencapai 354 perajin UKM dengan aset sekitar Rp. 10 miliar.

Kawasan ini tergolong ramai pengunjung, jarang sekali didapati sepi dari pengunjung, puncak keramaian pengunjung terjadi bila menjelang musim liburan sekolah/libur nasional, pengunjung berdatangan dari berbagai daerah di tanah air, bahkan ada pula dari mancanegara. Sangat

mudah untuk mencapai salah satu objek wisata belanja terkemuka di Jawa Timur ini, karen letaknya di jalan raya Malang-Sidoarjo dan beberapa meter dari tol Surabaya-Gempol. Sekitar 20 km bila dari Bandara Internasional Juanda.

Ketika memasuki area Industri kecil Tanggulangin, anda akan disambut oleh banyak ruko yang berbaris rapi disisi kanan maupun disisi kiri jalan. Untuk pengunjung yang suka fasion, dikawasan inijuga penuh toko-toko dengan desain fashionable tentunya dengan banyak pola *terupdate* yang bisa dapat anda lihat dijendela mereka. Oleh karena itu, pelanggan bisa saja menikmati *window shopping*, sebelum memasuki toko untuk memilih.

Berbagai produk yang ditawarkan memiliki variant harga yang kompetitif antar toko dan relatif murah, berkisar antara Rp 35.000 sampai dengan puluhan juta rupiah. Walaupun dengan harga relatif murah tetapi untuk segi kualitas jangan di anggap remeh, karena memang sudah terbukti hasil dari pengrajin kulit Tanggulangin terkenal akan kualitas yang tinggi serta keawetan produknya. Tetapi setelah terpuruk karena hempasan badai krisis moneter, dilanjut dengan serbuan barang-barang produk Cina yang harganya sangat kompetitif, namun kualitasnya buruk. Belum sembuh, muncul bencana semburan lumour lapindo Sidoarjo 2006, yang juga menjadi penyebab dalam keterpurukan tersebut. Hampir 2 tahun lamanya sentra industri tas dan koper Tanggulangin sepi pengunjung, yang memang sebagian besar memang wisatawan dari luar daerah yang sedang transit.

Sebelum terjadinya bencana luapan lumpur Lapindo 2006, sentra industri ini sangat berkembang. Sedikitnya ada sekitar 500 pengusaha dan tenaga kerja yang terlibat di sektor ini mencapai 4.000 orang dengan pendapatan total perhari mencapai 1 miliar. Mekanisme pengelolaan atau manajemen usahanya pun sudah tergolong teratur. Pengrajin-pengrajin di Tanggulangin ini *diwadahi* dalam suatu organisasi koperasi pengrajin yang bernama INTAKO sejak tahun 1967 dengan rata – rata produksi 250 sampai 1.000 tas dan koper per hari. Modal usaha diperoleh dari simpanan pokok anggota. Dalam perjalanannya, koperasi itu terus berkembang dan jumlah anggotanya sudah mencapai 354 perajin dengan aset sekitar Rp 10 miliar sebagaimana telah di sebutkan.

Melalui peran serta koperasi INTAKO, skala usaha kerajinan kecil Tanggulangin semakin pesat, mampu menembus pasak ekspor dan dalam negeri. Adanya kesadaran dan kerjasama pengrajin dan asosiasi yang menaungi mereka merupakan salah satu penyebab kemajuan itu. Koperasi INTAKO berperan dalam menyediakan bahan baku, melakukan mediasi pemasaran dan *order* serta melakukan perjanjian kerjasama kesepakatan harga, sehingga pengrajin tidak dipermainkan oleh konsumen.

Melalui asosiasi diharapkan penjualan dapat dibantu dari segi pemasarannya, dan untuk mengatasi terjadinya persaingan diantara para pengusaha, maka mereka mensiasatinya dengan memproduksi barang dari kulit dengan model yang lebih variatif, dan berbeda satu pengusaha dengan pengusaha lainnya. Karena itu, melalui asosiasi diharapkan terjadi

kemitraan yang lebih konkret, sehingga nantinya Tanggulangin masih memiliki harapan pengembangan yang lebih baik lagi kedepannya.

**B. Paparan Data dan Analisis Mengenai Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Terhadap Penggunaan Merek Terkenal Oleh Pengrajin Tas Di Tanggulangin Sidoarjo.**

Maraknya perdagangan barang palsu atau biasa di sebut KW mendorong pengusaha berlomba-lomba menggunakan merek yang sudah terkenal untuk produksi tasnya. Pemanfaatan merek terkenal tersebut menggambarkan bahwa minimnya sebuah bentuk penghargaan terhadap hak kekayaan intelektual, bahkan banyak masyarakat yang tidak memperdulikan kerugian yang diterima oleh merek terkenal demi mendapatkan suatu keuntungan yang lebih. Salah satu tempat perdagangan barang KW yaitu berada di Desa Kludan Kecamatan Tanggulangin, terbukti dengan banyaknya toko-toko di Tanggulangin yang berjualan di pinggir jalan bahkan menjadi pusat industri tas dan koper yang cukup besar.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada beberapa pengrajin tas di Tanggulangin Sidoarjo mengenai tingkat pengetahuan terhadap Peraturan Undang-Undang No 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berikut hasil wawancaranya:

Peneliti mewawancarai Wawan Wahyudi, bahwa wawan tidak pernah mendengar atau mengetahui adanya Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, dia menyatakan bahwa:

*“Wah saya enggak ngerti mbak, emangnya ada ya mbak Undang-Undang merek saya baru baru denger hehe”<sup>56</sup>*

Berbeda dengan Afandi, dia sedikit pernah mendengar Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis meskipun tidak mengerti secara jelas isi yang ada didalamnya, dia mengatakan bahwa:

*“Pernah tau mbak tapi enggak terlalu paham jelas dengan isinya”<sup>57</sup>*  
Selanjutnya peneliti mewawancarai Desi, bahwa Desi tidak mengetahui Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Berikut hasil wawancaranya:

*“Tidak tau saya mbak”<sup>58</sup>*

Siti Fatimah menyatakan hal yang sama dengan Desi, dia menyatakan bahwa:

*“Enggak tau sama sekali mbak, saya enggak terlalu faham dengan hukum”<sup>59</sup>*

Begitu juga dengan Mulyono yang menyatakan bahwa:

*“Saya tidak pernah dengar aturan tentang merek mbak”<sup>60</sup>*

Pernyataan informan lainnya kebanyakan mereka menyatakan hal yang serupa, bahwa Lilik Pujianti mengatakan bahwa:

*“Enggak tau mbak saya enggak ngerti begituan”<sup>61</sup>*

Pernyataan informan lainnya kebanyakan mereka menyatakan hal yang serupa, bahwa Amil Syukron mengatakan:

*“Tahu mbak tapi ya gtu enggak paham sama isinya”<sup>62</sup>*

Berbeda dengan Sucipto yang mengetahui akan Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografi, Sucipto mengatakan bahwa:

<sup>56</sup> Wawan Wahyudi, *Wawancara* (Sidoarjo, 7 April 2019).

<sup>57</sup> Afandi, *Wawancara* (Sidoarjo, 5 April 2019).

<sup>58</sup> Desi, *Wawancara* (Sidoarjo, 24 April 2019).

<sup>59</sup> Siti Fatimah, *Wawancara* (Sidoarjo, 7 April 2019).

<sup>60</sup> Mulyono, *Wawancara* (Sidoarjo, 8 April 2019).

<sup>61</sup> Lilik Pujianti, *Wawancara* (Sidoarjo, 8 April 2019).

<sup>62</sup> Amil Syukron, *Wawancara* (Sidoarjo, 8 April 2019).

*“iya mbak saya tau adanya Undang-Undang yang mengatur tentang merek saya biasanya liat dari internet”<sup>63</sup>*

Itulah pendapat dari ke-delapan narasumber mengenai tingkat pengetahuan peraturan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hasil wawancara penulis dengan pengrajin menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan terhadap peraturan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 masih rendah banyak pengrajin yang masih belum paham dengan aturan yang ada. Selanjutnya penulis juga melakukan wawancara kepada pengrajin tas tentang adanya keinginan untuk mencari dan mengetahui isi beserta larangan-larangan yang ada dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang merek. Peneliti mewawancarai Wawan Wahyudi dan dia mengatakan bahwa:

*“Kalau keinginan mengetahui pasti ada mbak kalau mencari sendiri saat ini belum pernah hehe”<sup>64</sup>*

Selanjutnya peneliti mewawancarai Afandi, dia menyatakan bahwa mempunyai keinginan untuk mencari dan mengetahui isi dari Undang-Undang Merek. Afandi berkata:

*“Kalau keinginan mengetahui pasti ada namanya aturan dibuat kan gunanya untuk d ketahui masyarakat, tapi sejujurnya saya belum pernah mencari sendiri dan membaca isi didalamnya”<sup>65</sup>*

Berbeda dengan lainnya Desi menyatakan bahwa:

*“Saya belum pernah mencari mbak karena saya baru denger kalau ada Undang-Undangnya Merek”<sup>66</sup>*

Begitu halnya Desi, Siti Fatimah mengatakan:

*“Keinginan untuk tau pasti ada ya mbak asal ada yang ngasih tau maklum mbak saya ini gptek mbak gabisa main hp kyak anak jaman sekarang”<sup>67</sup>*

<sup>63</sup> Sucipto, *Wawancara*, (Sidoarjo, 20 April 2019).

<sup>64</sup> Wawan Wahyudi, *Wawancara* (Sidoarjo, 7 April 2019).

<sup>65</sup> Afandi, *Wawancara* (Sidoarjo, 5 April 2019).

<sup>66</sup> Desi, *Wawancara* (Sidoarjo, 24 April 2019).

<sup>67</sup> Siti Fatimah, *Wawancara* (Sidoarjo, 7 April 2019).

Pernyataan informan lainnya kebanyakan mereka menyatakan hal yang serupa, bahwa Mulyono mengatakan”

*“Keinginan pasti ada mbak, selama ini memang belum pernah denger, nanti saya coba untuk mencari tau mbak”*<sup>68</sup>

Sedangkan Lilik Pujianti mengatakan:

*“Keinginan untuk tau ada mbak tapi kalau mencari sendiri tidak tau caranya mbak hehe”*<sup>69</sup>

Informan lain yakni Amil Syukron, dia mengatakan bahwa:

*“Pasti ada mbak kalau keinginan cuman isinya memang saya belum pernah tau nanti akan saya coba cari dan baca di internet”*<sup>70</sup>

Informan yang terakhir yakni Sucipto, dia mengatakan bahwa:

*“Pasti ada ya mbak undang-undang d buat kan tujuannya d ketahui oleh masyarakat”*<sup>71</sup>

Itulah pendapat dari kedelapan narasumber selaku pengrajin tas di Tanggulangin Sidoarjo. Bahwa mereka sangat berantusias untuk mengetahui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis tetapi, keinginan mencari tahu Undang-Undang tersebut masih dikatakan kurang. Selanjutnya penulis melakukan wawancara kepada pengrajin tas mengenai pengetahuan adanya sanksi hukum dalam penjualan tas dengan menggunakan merek terkenal milik orang lain, berikut hasil wawancaranya yakni:

Peneliti mewawancarai Wawan Wahyudi dia menyatakan bahwa :

<sup>68</sup> Mulyono, *Wawancara* (Sidoarjo, 8 April 2019).

<sup>69</sup> Lilik Pujianti, *Wawancara* (Sidoarjo, 8 April 2019).

<sup>70</sup> Amil Syukron, *Wawancara* (Sidoarjo, 8 April 2019).

<sup>71</sup> Sucipto, *Wawancara*, (Sidoarjo, 20 April 2019).

*“Saya sebenarnya tidak tahu kalau memakai merek terkenal ini ada sanksinya tapi produk tiruan ini sangat ramai di pasaran. Saya juga belum tau bentuk sanksinya seperti apa karena selama ini baik-baik saja”.*

Informan yang kedua yakni Afandi dia menyatakan adanya sanksi hukum

menggunakan merek terkenal yakni :

*“Yah namanya barang tiruan pastinya tidak boleh ya mbak, saya tau kalau ada sanksinya tapi selama ini saya belum tau persis sanksinya seperti apa dari pemerintah”*

Informan yang ketiga yakni Desi dia menyatakan bahwa belum mengetahui adanya sanksi hukum menggunakan merek terkenal milik orang lain yakni:

*“Saya belum mengetahui jika ada sanksi hukumnya menggunakan merek terkenal karena tas Tanggulangin ini kebanyakan memang menggunakan merek tiruan. Selama ini juga belum ada yang terkena sanksi dari Pemerintah”*

Informan yang keempat yakni Siti Fatimah dia menyatakan bahwa:

*“Tidak tahu saya mbak kalau ada sanksi hukumnya, saya juga belum pernah tau ada orang di hukum karena menggunakan merek terkenal”.*

Informan yang kelima yakni Mulyono dia menyatakan hal yang sama dengan Siti Fatimah yakni:

*“Enggak tahu saya mbak kalau ada sanksi hukumnya, disini belum pernah ada yang terkena sanksi”*

Informan yang keenam yakni Lilik Pujianti dia menyatakan bahwa tidak mengetahui adanya sanksi hukum yakni:

*“Belum pernah tahu saya mbak kalau ada sanksi hukumnya selama ini tidak pernah ada tindakan langsung dari Pemerintah”.*

Informan ketujuh yakni Amil Syukron dia menyatakan bahwa mengetahui adanya sanksi hukum menggunakan merek terkenal.

*“Saya tahu jika ada sanksi hukumnya tapi disini tidak pernah ada yang terkena sanksi hukum menggunakan merek terkenal, saya sendiri juga belum tau persisnya sanksi yang diberi seperti apa”.*

Informan yang terakhir yakni Sucipto dia menyatakan hal yang sama dengan Amil Syukron yakni:

*“Saya tahu mbak kalau ada sanksi hukumnya mangkanya saya berusaha membuat merek sendiri meskipun tidak bisa dipungkiri bahwa merek terkenal lebih laris dibanding dengan merek sendiri karena permintaan pelanggan yang banyak memesan dengan merek terkenal”.*

Itulah pendapat dari 8 informan bahwa mereka banyak yang mengetahui akan adanya sanksi hukum jika membuat produk dengan menggunakan merek terkenal tetapi para pengrajin masih banyak yang menghiraukan akan hal itu. Selanjutnya penulis melakukan wawancara kepada pengrajin tas di Tanggulangin Sidoarjo mengenai adanya sosialisasi dari Pemerintah atau Dinas yang berwenang tentang undang-undang merek dan pendaftaran merek berikut hasil wawancaranya yakni:

Peneliti mewawancarai Wawan Wahyudi dia mengatakan bahwa:

*“Setahu saya tidak pernah ada kalau sosialisasi tentang undang-undang merek atau pendaftaran merek hanya saja pernah dapat sosialisasi dari sekolah mengenai bagaimana cara membuka usaha yang sukses”.*

Afandi juga menyampaikan hal yang sama mengenai adanya sosialisasi dari Pemerintah atau Dinas yang berwenang bahwa:

*“Enggak pernah ada mbak kalau sosialisasi dari Pemerintah tentang merek”.*

Begitu pula dengan Desi, dia menyatakan tentang adanya sosialisasi dari Pemerintah yaitu:

*“Selama ini belum pernah ada sosialisasi apapun disini alapagi mengenai undang-undang merek dan pendaftaran merek.”*

Selain itu Siti Fatimah juga menyatakan hal demikian bahwa:

*“Tidak ada mbak disini baik-baik saja belum pernah ada sosialisasi dari Pemerintah yang langsung turun tangan kesini”.*

Selanjutnya peneliti juga mewawancarai Mulyono menurut informan ini dia juga menyatakan bahwa:

*“Enggak ada mbak, selama ini Pemerintah belum pernah ada sosialisasi tentang undang-undang merek dan pendaftaran merek”.*

Hampir sama dengan informan diatas Lilik Pujianti menyatakan hal yang sama dengan informan yang lain yaitu:

*“Untuk saat ini sosialisasi tentang peraturan undang-undang merek masih belum ada atau belum pernah diselenggarakan”.*

Informan selanjutnya yaitu Amil Sukron dia menyatakan bahwa :

*“Seingat saya sih belum pernah ada mbak sosialisari dari Pemerintah tentang merek”.*

Informan yang terakhir yakni Sucipto dia menyatakan bahwa:

*“Kalau sosialisasi secara langsung dari pemerintah belum ada sih mbak kalau untuk pendaftaran merek itu inisiatif dari para pengrajinnya langsung meskipun masih banyak yang tidak didaftarkan hanya satu dua orang saja yang didaftarkan”.*

Hasil wawancara dari kedelapan informan diatas, para pengrajin tas menyatakan bahwa rata-rata mereka tidak mengetahui tentang adanya aturan menggunakan merek terkenal sebagai merek produksinya sesuai dengan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Meskipun rata-rata pengrajin tas di Tanggulangin Sidoarjo berpendidikan mereka tidak mengerti adanya Undang-Undang tersebut karena para pengrajin tidak memperoleh pembelajaran mengenai aturan Undang-Undang.

Selain itu mereka tidak terlalu memikirkan dampak kedepannya bagi pemilik merek terkenal dikarenakan selama ini tidak ada masalah dari pemilik

merek yang menjadikan mereka berurusan dengan pihak yang berwajib, selain itu mereka merasa aman-aman saja selama ini tidak pernah ada sanksi hukum dari Pemerintah. Selain itu sudah menjadi kebiasaan para pengrajin untuk menggunakan merek terkenal karena keuntungan yang di dapat lebih banyak dari pada dengan menggunakan mereknya sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara banyak para pengrajin tas yang tidak mengetahui ketentuan-ketentuan dalam menggunakan merek milik orang lain bahkan mereka juga tidak mengetahui bahwa ada aturan atau Undang-Undang yang mengatur tentang merek. Ketidaktahuan mereka menunjukkan bahwa para pengrajin di Tanggulangin Sidoarjo belum sepenuhnya mengetahui akan ketentuan dan larangan menggunakan merek terkenal yang ada di dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2016.

Dalam hal ini peneliti akan mengkaji sejauh mana tingkat pemahaman pengrajin tas di Tanggulangin Sidoarjo terhadap Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Menurut pakar hukum Soerjono Soekamto kesadaran hukum merupakan kepatuhan terhadap hukum dari persoalan yang secara luas, diantaranya masalah pengetahuan, pengakuan, serta penghargaan terhadap hukum. Kesadaran hukum berpusat pada adanya pengetahuan hukum, dari adanya pengetahuan hukum tersebut akan tumbuh suatu pengakuan dan penghargaan terhadap aturan-aturan hukum, selanjutnya akan timbul suatu kepatuhan hukum. Dari penjelasan di atas, hubungan antara ketaatan dan kesadaran hukum tidak dapat dipisahkan karena keduanya memiliki hubungan yang sangat erat. Seseorang akan secara suka rela patuh

kepada hukum jika ia menyadari akan pentingnya hukum. Karena seseorang tidak mungkin dapat patuh kepada hukum, jika ia tidak memahami dan menyadari akan pentingnya hukum. Oleh karena itu, kesanggupan untuk dapat memahami hukum harus diikuti oleh kemampuan untuk menilai hukum itu sendiri, terlepas dari adil atau tidaknya hukum tersebut.

Menurut Lawrence Meir Friedman ada banyak cara untuk membahas hukum atau system hukum salah satunya adalah dengan membahas sebagai *law*, yakni sekumpulan aturan-aturan norma tertulis atau tidak tertulis yang berkenaan dengan perilaku benar dan salah, hak dan kewajiban.

Teori sistem hukum menurut Lawrence M. Friedman, seorang profesor di bidang hukum, sejarawan, yang juga pakar sejarah hukum Amerika, dan penulis produktif, ada tiga elemen utama dari sistem hukum (*legal system*), yaitu:

1. Struktur Hukum (*Legal Structure*)
2. Isi Hukum (*Legal Substance*)
3. Budaya Hukum (*Legal Culture*)

Lawrence M. Friedman mengemukakan bahwa efektif dan berhasil tidaknya penegakan hukum tergantung tiga unsur sistem hukum, yakni struktur hukum (*legal structure*), substansi hukum (*legal substance*) dan budaya hukum (*legal culture*). Struktur hukum menyangkut aparat penegak hukum, substansi hukum meliputi perangkat perundang-undangan dan budaya hukum merupakan hukum yang hidup (*living law*) yang dianut dalam suatu masyarakat.

Pada penelitian ini, setelah para pengrajin mengetahui pemahaman hukum terutama pengrajin di Tanggulangin Sidoarjo diharapkan para pengrajin patuh dan sadar akan hukum. Pada penelitian ini, untuk mengukur tingkat pemahaman hukum dan kepatuhan pengrajin di Tanggulangin Sidoarjo, penulis tentunya menggunakan beberapa indikator. Berikut indikator yang dipakai untuk mengetahui sejauhmana tingkat pemahaman pengrajin terhadap peraturan merek : (1) Pengetahuan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; (2) Tentang sanksi hukum dalam menggunakan merek terkenal milik orang lain.

Menurut hasil wawancara jumlah pengrajin yang mempunyai pemahaman hukum terhadap Undang-Undang No 20 Tahun 2016 adalah: 3 orang. Jadi jumlah pengrajin yang tidak mempunyai pemahaman hukum adalah: 5 orang. Indikator pertama adalah pemahaman pengrajin terhadap Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang tertuju dalam pasal 1 butir 1:

*“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>72</sup>

Pasal diatas menjelaskan bahwa merek adalah sebuah tanda instrumen yang sangat penting, entah itu milik perseorangan atau perusahaan, tentunya memiliki nilai lebih tersendiri. Jika ada seseorang atau perusahaan tidak

---

<sup>72</sup> Ketentuan pasal 1 butir 1, Undang-undang No. 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

memiliki hak untuk mengkomersilkan, suatu tindakan yang menyalahi regulasi itu sendiri.

Data dilapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang mengetahui keberadaan undang-undang merek yaitu sebanyak 3 orang dan sisanya 5 orang tidak mengetahui. Angka ini menunjukkan bahwa sebenarnya masih banyak pengrajin-pengrajin di Tanggulangin Sidoarjo yang mengetahui regulasi-regulasi yang ada, akan tetapi pengrajin menghiraukan akan hal itu.

Indikator yang kedua yaitu pengetahuan adanya sanksi hukum dalam menggunakan merek terkenal milik orang lain.

*“Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling bnyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).*

Berdasarkan hasil wawancara dengan delapan pengrajin tas di Tanggulangin Sidoarjo, salah satunya dengan saudara Afandi yang dimana saudara sucipto menjual tas dengan berbagai merek terkenal seperti Hermes, Vurla, By Bubble, Dkny. Saudara Afandi mengatakan, mengetahui akan sanksi menjual tas dengan merek tiruan, karena produk ini yang lebih laris di pasaran maka saudara Afandi tetap menjualnya. Berdasarkan teori Soerjono Soekamto kepatuhan hukum adalah kesadaran kemanfaatan hukum yang melahirkan bentuk kesetiaan masyarakat terhadap nilai-nilai hukum. Dengan demikian ini berbeda dengan apa yang terjadi di lapangan, lebih tepatnya di sentra industri tas Tanggulangin Sidoarjo.

Data di lapangan juga menunjukkan bahwa belum ada sosialisasi tentang Undang-Undang merek selain itu juga belum pernah ada penindakan dari pemerintah terkait pelanggaran penggunaan merek terkenal. Pengrajin

sebagian memahami akan undang-undang merek tapi, dorongan dari pemerintah untuk mengimplementasikannya masih kurang, seperti melakukan penindakan secara langsung ke toko-toko. Bagi Disperindag sosialisasi mengenai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memang memerlukan waktu yang lama baik bagi internal maupun eksternal. Hal ini dikarenakan pemahaman para pengrajin tas mengenai pendaftaran merek masih kurang akibat dari tidak aktifnya komunitas para pengrajin tas yang menimbulkan terputusnya komunikasi dan informasi yang dilakukan oleh Disperindag.

Menurut Disperindag belum terbitnya Peraturan Daerah tentang Undang-undang merek. Hal tersebut dikarenakan bahwa Undang-Undang merek masih baru dan pihak instansi masih mempelajari muatan materi yang terkandung di dalamnya. Disamping itu Disperindag pada tahun 2017 pernah melakukan sosialisasi tentang merek di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Sosialisasi yang diberikan oleh Disperindag mencakup pengertian mengenai merek, ruang lingkup merek, jenis merek, cara melakukan pendaftaran merek, keuntungan bila merek usaha didaftarkan, selain itu juga menjelaskan mengenai penyelesaian hukum bila terjadi masalah pada merek.<sup>73</sup>

Jika sosialisasi merek dilakukan 1 tahun sekali, yang dibahas yaitu mengenai cara-cara pendaftaran merek. Disperindag dalam melakukan sosialisasi dibantu oleh Ditjen HAKI, Kemenkum HAM. Ketika melakukan sosialisasi semua pengrajin akan diundang. Hal tersebut selain menjalankan

---

<sup>73</sup> Pimpinan Disperindag, Wawancara Pribadi, Nyoman, 28 juni 2019, pukul 10.45 WIB.

amanat peraturan perundang-undangan, juga sebagai langkah antisipasi jika dikemudian hari pengrajin mendapatkan atau terjadi sengketa hukum mengenai merek dapat diselesaikan.

### C. Paparan Data dan Analisis Mengenai Faktor Penyebab Pengrajin Tas Tidak Menerapkan Asas Itikad Baik Terhadap Penggunaan Merek Terkenal di Tanggulangin Sidoarjo

Terkait dengan penggunaan merek terkenal bisa dicermati dari penurutan 8 pengrajin tas di Desa Kludan Kecamatan Tanggulangin yakni yang pertama dari Wawan Wahyudi (42 Tahun). Wawan Wahyudi adalah pengrajin yang memproduksi fashion wanita berupa tas, dompet, id card, hand bag, dan ikat pinggang yang beralamat di Desa Wates tepatnya pada RT 03 RW 01. Alasan Wawan Wahyudi menggunakan merek terkenal yakni:

*“Saya tidak punya merek sendiri, saya juga tidak tahu cara untuk mendaftarkan merek untuk produksi saya. Biasanya untuk merek juga tergantung yang pesan minta merek apa baru nanti saya pesenkan diorang logonya. Terkadang orang-orang pesen tas meniru modelnya saja untuk logo tidak digunakan hanya bikin polos tapi ada juga yang minta merek luar. Pembeli yang pintar biasanya meminta untuk tidak mencantumkan merek luar hanya meniru modelnya saja karena kalau polos mereka tidak takut kena pelanggaran jika di pakai berpergian ke luar negeri”.*<sup>74</sup>

Berdasarkan hasil wawancara Penulis dengan Wawan Wahyudi, dia memang tidak memiliki merek sendiri untuk produksi tasnya, sebenarnya Wawan tidak begitu paham akan Undang-Undang tentang Merek tetapi Wawan mengetahui adanya pelanggaran jika menggunakan merek terkenal.

Wawancara kedua yakni kepada Muhammad Sucipto (35 tahun). Sucipto menyatakan:

<sup>74</sup> Wawan Wahyudi, *Wawancara* (Sidoarjo, 7 April 2019).

*“Alasannya karena sesuai permintaan pelanggan yang meminta untuk menggunakan merek yang lagi trend sekarang, kebanyakan yang by order merek menyesuaikan mereka entah pakai merek luar atau cap apapun kita terima semua merek. Produksi tas yang langsung ready biasanya pakai merek sendiri tapi kita tetap ngikutin pasar sulit kalau maksain merek sendiri. Saya juga tidak pernah mendapatkan sosialisasi apapun dari pemerintah, kalau untuk mendaftarkan merek itu hanya inisiatif saya sendiri karna kebetulan saya punya temen yang bisa bantu daftarin. Untuk peringatan tidak menggunakan merek luar selama ini tidak ada cuman kadang kala ada razia dari brandednya bukan dari pemerintah, pemerintah tidak pernah melarang. Kalau dari brandednya itupun tidak langsung kesini biasanya yang dituju tempat-tempat industri besar seperti pusat grosir di Surabaya, Bandung, Jakarta cuma kita biasanya denger info yasudah kita amankan sebentar paling seminggu atau sebulan selesai”<sup>75</sup>*

Adapun kerajinan tas fashion wanita dan fashion laki-laki yang diproduksi oleh Sucipto tersebut tidak hanya menggunakan merek terkenal karena Sucipto telah memiliki merek sendiri yang sudah terdaftar di HAKI, untuk sertifikatnya belum keluar dikarenakan prosesnya sangat lama butuh waktu 3-5 tahun tapi bukti terdaftarnya sudah ada. Sucipto telah mendaftarkan mereknya “LODY” sesuai dengan prosedur atau tata cara permohonan pendaftaran merek yang diatur dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Meskipun Sucipto sudah memiliki merek sendiri dia tetap menggunakan merek luar juga karena tidak bisa dipungkiri kalau masih banyak pesanan yang meminta untuk menggunakan merek yang sudah terkenal.

Wawancara ketiga ditujukan kepada Desi (30 tahun). Desi adalah karyawan disalah satu toko tas dan dompet, nama tokonya yakni “Pasific” yang beralamat di Desa Kludan tepatnya pada RT 08 RW 03 Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Desi menyatakan alasan menggunakan merek terkenal yaitu:

---

<sup>75</sup> Muhammad Sucipto, *Wawancara*, (Malang, 20 April 2019).

*“Alasannya karena tas tanggulangin dari dulu pakai merek luar mbak, kalau yang punya merek sendiri bisa dihitung cuma satu, dua saja. Kebanyakan kalau merek sendiri susah lakunya mbak pelanggan lebih suka pakai merek yang terkenal, kalau yang orinya kan mahal mending beli disini murah jahitannya juga bagus. Selain itu kalau pakai merek yang sudah terkenal lebih enak kita jualnya di bandingkan merek sendiri yang harus promosi sana sini menghabiskan banyak biaya”.*<sup>76</sup>

Desi menjual produksi tas fashion wanita dengan menggunakan merek milik orang lain, dia belum memiliki merek sendiri untuk hasil produksinya. Merek yang digunakan oleh desi tidak hanya satu merek tapi beberapa merek. Namun Selama 11 tahun desi belum ada keinginan membuat merek sendiri untuk hasil produksinya.

Wawancara keempat yakni kepada Afandi (35 Tahun). Afandi adalah pemilik toko “Saroja” yang memproduksi kerajinan berupa tas dan dompet yang beralamat di Desa Kludan Kecamatan Tanggulangin. Afandi menyatakan alasan menggunakan merek terkenal bahwa:

*“Alasannya karena sudah terbiasa dari nenek moyang pertama kali sudah pakai merek luar mbak, kalau niatan pakai merek sendiri sih banyak tapi yang terdaftar bisa dihitung jari. Tingkat penjualan juga lebih laris kalau pakai merek luar karena sudah terkenal dimana-mana dari pada merek sendiri. Selain itu alasan yang kedua yaitu karena saya tidak mengetahui tentang aturan serta tata cara mendaftarkan merek, sehingga selama ini belum ada upaya yang saya lakukan untuk membuat merek pada produksi tas dan dompet”.*<sup>77</sup>

Produksi tas dan dompet yang dijual oleh Afandi ini berbeda dengan pengrajin yang lain karena Afandi lebih gesit dalam mencari peluang, dia banyak menerima pesanan melalui online dan offline. Dalam hasil produksinya Afandi belum mempunyai merek sendiri dia masih menggunakan merek

<sup>76</sup> Desi, *Wawancara* (Sidoarjo, 24 April 2019).

<sup>77</sup> Afandi, *Wawancara* (Sidoarjo, 5 April 2019).

terkenal. Selama 5 tahun afandi memproduksi tas dan dompet, Afandi merasa tidak pernah ada mendapatkan penyuluhan atau sosialisasi dari desa, kelurahan maupun dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan terkait dengan mendaftarkan merek. Sehingga tas yang diproduksi oleh Afandi tersebut masih menggunakan merek luar yang sudah terkenal tanpa merubah merek tersebut dengan mereknya sendiri sesuai dengan prosedur pendaftaran merek sesuai dengan Undang-undang Nomer 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

Wawancara kelima ditujukan kepada Siti Fatimah (46 Tahun). Siti Fatimah merupakan pemilik toko "Squeen Colection" yang memproduksi tas wanita, tas pria, dompet, dan sepatu yang beralamat di Desa Boro RT 14 Rw 03 Tanggulangin. Menurut Siti Fatimah yang juga menyatakan alasan menggunakan merek sebagai merek produksinya yakni:

*“saya pakai merek luar karena kalau pakai merek sendiri ribet mbak harus ngurus sana sini bayarnya juga mahal biayanya tidak ada mbak. Cara pendaftarannya saya juga tidak tau harus ngurus kemana. Meskipun memakai merek terkenal yang penting saya pakai bahan yang kualitasnya bagus sama jahitan yang rapi pelanggan banyak yang suka”.*<sup>78</sup>

Produksi tas yang diproduksi oleh Siti Fatimah masih menggunakan merek terkenal, dia belum memiliki merek sendiri karena masih belum mengetahui prosedur pendaftaran merek sesuai dengan pasal 4 Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Siti Fatimah meskipun menggunakan merek terkenal tetapi dia berusaha memperbaiki kualitas produksinya seperti memilih bahan yang berkualitas.

---

<sup>78</sup> Siti Fatimah, *Wawancara* (Sidoarjo, 7 April 2019).

Wawancara keenam yaitu kepada Mulyono (40 Tahun), Mulyono adalah pengrajin tas yang memproduksi tas dan dompet di Desa Boro RT 14 RW 03 Tanggulangin Sidoarjo. Mulyono mengatakan alasan menggunakan merek terkenal sebagai merek produksinya yaitu :

*“saya pakai merek luar karena ngikutin arus perkembangan zaman mbak tergantung merek yang lagi trend sekarang kalau ngga gitu ya ngga jalan produksinya. Selama 10 tahun saya memproduksi tas dan dompet saya belum pernah mendapatkan penyuluhan terkait pendaftaran merek dari Desa, Kelurahan, Kecamatan, maupun dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Alasan terkuat saya menggunakan merek terkenal adalah karena saya tidak memiliki merek sendiri dan tidak mengetahui tentang tata cara untuk mendaftarkan merek, sehingga selama ini belum pernah ada upaya yang saya lakukan untuk mendaftarkan merek produk saya ke Dinas Perdagangan dan Perindustrian karena saya tidak mengetahui prosedur pendaftaran merek”.*<sup>79</sup>

Mulyono memproduksi kerajinan tas dengan menggunakan merek terkenal karena menurutnya merek yang terkenal adalah merek yang banyak di ketahui oleh masyarakat sehingga proses penjualannya sangat mudah laku. Mulyono belum pernah melakukan upaya untuk membuat merek sendiri karena mulyono sendiri belum begitu paham tentang prosedur pendaftaran merek.

Wawancara ketujuh yaitu kepada Lilik Pujianti (41 Tahun). Lilik Pujianti memproduksi tas dengan di bantu oleh beberapa karyawan. Selama produksi tas Lilik Pujianti menggunakan merek terkenal sesuai yang lagi trend saat ini.

Alasan dia menggunakan merek terkenal sebagai merek produksinya yaitu:

*“saya pakai merek terkenal alasannya karena laris mbak dan banyak pembeli yang malu jika membeli barang dengan merek lokal, berbeda dengan merek luar yang terlihat mahal meskipun tidak original”.*<sup>80</sup>

<sup>79</sup> Mulyono, *Wawancara* (Sidoarjo, 8 April 2019).

<sup>80</sup> Lilik Pujianti, *Wawancara* (Sidoarjo, 8 April 2019).

Wawancara kedelapan yakni kepada Amil Syukron (39 Tahun). Amil Syukron adalah salah satu pengrajin tas yang beralamat di Desa Ketegan RT 02 RW 03. Amil menyatakan alasan menggunakan merek terkenal pada produksi tasnya yaitu:

*“saya menggunakan merek terkenal karena merek tersebut sudah punya nama dan mereknya sudah banyak didengar dan di ketahui masyarakat jadi bisa lebih mudah untuk menarik pembeli. Selain itu alasan saya menggunakan merek terkenal yaitu karena faktor ekonomi saya menjual merek apa yang lagi trend karena tujuan saya memproduksi tas pastinya untuk mencari keuntungan”*.<sup>81</sup>

Amil Syukron memproduksi tas menggunakan merek terkenal karena tujuan terpentingnya adalah untuk mencari keuntungan yang lebih, dengan menggunakan merek yang terkenal Amil Syukron lebih mudah untuk menjualnya. Pembeli juga lebih berminat untuk membeli merek yang lagi trend karena untuk memenuhi kebutuhan hidup dan style.

Demikian pendapat dari delapan narasumber selaku pengrajin tas di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Bahwa alasan mereka menggunakan merek terkenal yaitu karena merek terkenal lebih mudah untuk di jual, selain itu permintaan pelanggan juga mendorong para pengrajin untuk semakin memproduksi banyak tas dengan menggunakan merek terkenal tersebut. Para pengrajin tas tidak terlalu memperdulikan kerugian yang diterima oleh pemilik merek terkenal, mereka lebih mementingkan keuntungan yang mereka dapat dengan prinsip menggunakan merek terkenal saja sudah banyak keuntungan jadi tidak perlu repot-repot untuk membuat merek sendiri.

---

<sup>81</sup> Amil Syukron, *Wawancara* (Sidoarjo, 8 April 2019).

Para pengrajin tas di Tanggulangin Sidoarjo juga belum pernah mendapatkan tindakan hukum langsung dari pemerintah ataupun larangan menggunakan merek terkenal.

Setiap pengrajin dapat saja mengembangkan usahanya untuk mempromosikan barang-barang produksinya untuk memperluas pangsa pasar, tetapi usaha tersebut hendaklah dilakukan dengan jujur dan tidak melanggar hak-hak orang lain. Namun seperti apa yang kita lihat dari dahulu sampai sekarang dalam dunia usaha perdagangan selalu saja terdapat persaingan tidak jujur (*unfair competition*).

Pelanggaran terhadap merek motivasinya adalah untuk mendapatkan keuntungan pribadi secara mudah dengan mencoba dan melakukan tindakan, meniru atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal dimasyarakat tanpa memikirkan hak-hak orang lain yang hak-haknya telah dilindungi sebelumnya. Tentu saja hal-hal demikian itu akan sangat mengacaukan roda perekonomian dalam skala nasional dan skala lokal. Praktek perdagangan tidak jujur meliputi cara-cara berikut ini:

- a) Praktek peniruan merek dagang
- b) Praktek pemalsuan merek dagang
- c) Perbuatan-perbuatan yang dapat mengacaukan publik berkenaan dengan sifat dan asal usul merek.<sup>82</sup>

Pengrajin tas yang beritikad tidak baik tersebut dalam hal persaingan tidak jujur semacam ini berwujud penggunaan upaya-upaya atau ikhtiar-ikhtiar

---

<sup>82</sup> OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, hlm. 357.

mempergunakan merek dengan meniru merek terkenal yang sudah ada sehingga merek atas barang yang di produksinya secara pokoknya sama dengan merek atas barang yang sudah terkenal (untuk barang-barang sejenis) dengan maksud menimbulkan kesan kepada khalayak ramai, seakan-akan barang yang diproduksi itu sama dengan produksi barang yang sudah terkenal. Tentunya para pengrajin ini berharap bahwa dengan adanya kemiripan tersebut ia dapat memperoleh keuntungan yang besar tanpa mengeluarkan biaya besar untuk promosi memperkenalkan produksinya tersebut.

Dari delapan sampel ini dapat peneliti simpulkan bahwa faktor penghambat para pengrajin tas tidak menerapkan asas itikad baik terhadap penggunaan merek terkenal adalah:

- 1) Banyaknya permintaan dari konsumen/pelanggan sehingga penjual merasakan banyak keuntungan yang besar atas hasil produksi tas tersebut.
- 2) Para pengrajin tas masih kurang akan pemahaman adanya aturan mengenai Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Para pengrajin tas juga tidak mengetahui tentang adanya aturan mengenai tindak pidana menggunakan merek terkenal yang terdaftar untuk di perdagangkan sesuai dalam Pasal 100 Ayat 1 Undang-Undang No 20

Tahun 2016 yang berbunyi :

*“Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling bnyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).*

- 3) Faktor ekonomi, dengan modal menggunakan merek terkenal para pengrajin tas bisa mendapatkan keuntungan yang banyak tanpa harus mengeluarkan uang banyak untuk mendaftarkan mereknya sendiri. Faktor ekonomi ini adalah faktor yang paling berpengaruh untuk menggunakan merek terkenal, para pengrajin lebih mementingkan keuntungan yang dia dapat tanpa memikirkan kerugian yang diterima oleh pemilik merek aslinya. Dalam hal ini pengrajin belum mempunyai itikad baik kepada pemilik merek aslinya mereka menggunakan merek tersebut tanpa adanya izin terlebih dahulu kepada pemilik merek.
- 4) Belum adanya sosialisasi dari pemerintah bahwa penggunaan merek terkenal yang diperdagangkan oleh para pengrajin selama ini adalah pelanggaran terhadap merek. Sehingga masyarakat menganggap bahwa perbuatan mereka bukanlah merupakan suatu kesalahan.
- 5) Tidak adanya tindakan tegas dari pemerintah daerah, dari para penegak hukum kepada masyarakat yang memperdagangkan tas dengan menggunakan produk hasil pemalsuan merek-merek terkenal.
- 6) Ketidakhahaman para pengrajin tas terhadap prosedur pendaftaran merek sehingga masih belum ada upaya yang dilakukan oleh pengrajin tas untuk menggunakan mereknya sendiri.

Dalam hukum Islam hak merek masuk dalam hak kepemilikan (*al-milkiyyah*). Hak Milik (*al-milkiyyah*) dalam hukum Islam merupakan suatu hak yang memberikan kepada pihak yang memilikinya atau kewenangan atas sesuatu sehingga ia mempunyai kewenangan mutlak untuk menggunakan dan

mengambil manfaat sepanjang tidak menimbulkan kerugian terhadap pihak lain.<sup>83</sup>

Setiap manusia berhak untuk memiliki suatu harta atau berhak mendapatkan pengalihan hak penguasaan atau pemilikan atas suatu harta dari harta milik Allah. Dengan demikian kepemilikan tersebut merupakan hak pemilikan bukan kepemilikan secara real. Kepemilikan itu tidak lain izin dari asy-syar'i untuk memanfaatkan suatu harta, izin ini berlaku atas harta barang dan jasa.<sup>84</sup>

Menurut penulis hak atas merek merupakan hak milik individu atau hak milik pribadi. Islam menghargai dan menghormati hak milik pribadi. Karenanya Islam memberikan sanksi hukum yang cukup berat terhadap siapa saja yang berani melanggar hak milik pribadi atau menyerobot hak milik orang lain. Sebagai konsekuensi dari diakuinya hak milik pribadi tersebut, maka si pemilik berhak sepenuhnya menggunakan dan memanfaatkan harta bendanya. Islam menganjurkan agar pemilik merek berlapang hati dan bermurah hati dalam menuntut pemenuhan haknya. Oleh karena itu kita tidak diperbolehkan menggunakan hak orang lain tanpa ijin dari pemilik hak tersebut. Seperti firman Allah Swt tentang larangan memakan harta orang lain secara batil (tanpa hak), yaitu:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *“Dan janganlah sebageian kamu memakan harta diantara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan*

<sup>83</sup> Ghufroon A. Mas`adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, hlm. 49.

<sup>84</sup> Istin Himayah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Hak Merek (Studi Kasus Pelanggaran Atas Hak Merek Jenang Mubarak di PT. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus)*, Semarang, Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2008.

*harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa padahal kam mengetahui” (QS. Al-Baqarah ayat 188).<sup>85</sup>*

Islam tidak menganjurkan cara mencari kekayaan dengan mengabaikan segi moral dan mengesampingkan kepentingan orang lain, karena pada dasarnya manusia merupakan makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Maka berlaku pula teori kepentingan publik dengan kenyataan bahwa hak-hak absolut dalam HAKI harus pula diimbangi dengan keberpihakan pada kepentingan publik.

---

<sup>85</sup> Qs. Al-Baqarah ayat 188.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan di atas terkait dengan implementasi asas itikad baik pengrajin tas terhadap penggunaan merek terkenal di Tanggulangin Sidoarjo, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Tingkat pemahaman pengrajin tas terhadap peraturan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 masih sangat rendah, banyak pengrajin yang tidak mengetahui aturan yang ada. Mayoritas para pengrajin yang mengetahui adanya sanksi hukum, akan tetapi pengrajin tas masih melakukan produksi tas dengan menggunakan merek terkenal walaupun bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis karena minimnya penindakan dari pihak terkait.
2. Faktor penghambat pengrajin tas tidak menerapkan asas itikad baik dalam menggunakan merek terkenal yaitu banyaknya permintaan dari konsumen, kurangnya pemahaman akan Undang-Undang merek, faktor ekonomi, belum adanya sosialisasi dari pemerintah, tidak adanya tindakan yang tegas dari pemerintah, dan ketidakpahaman para pengrajin tas terhadap prosedur pendaftaran merek.

#### **B. Saran**

1. Untuk pengrajin tas, sebagai seorang muslim hendaknya kita menghargai karya orang lain dengan tidak memalsukan barang mereka. Hendaknya kita

bersaing dengan cara yang sehat, tidak hanya mengambil merek mereka kemudian kita tempelkan di produk kita demi mencari keuntungan besar. Sebagai pengrajin tas hendaknya berlomba untuk memberikan kualitas produk kita yang baik dengan membuat merek sendiri.

2. Untuk pemerintah khususnya lembaga pemerintah yang berwenang atau terkait dengan perindustrian dan perdagangan agar memberikan sosialisasi mengenai larangan menggunakan merek terkenal tanpa hak untuk diperdagangkan. Selain itu pemerintah diharapkan memdampingi para pengrajin tas untuk membuat merek sendiri dan membuat sebuah pameran tas di Jawa Timur agar produksi para pengrajin di kenal oleh masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim.

BPS, Katalog, *statistik Kecamatan Tanggulangin 2015*, Sidoarjo: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/ MUNAS VII/ MUI/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

### Penelitian dan Jurnal

Fikri Robiatul Khusniah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prinsip Itikad Baik Dalam Pendaftaran Merek di Indonesia*, Malang, Uin Malang, 2017.

Istin Himayah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Hak Merek (Studi Kasus Pelanggaran Atas Hak Merek Jenang Mubarak di PT. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus)*, Semarang, Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2008.

Iwan Zainul Fuad, "*Kesadaran Hukum Pengusaha Kecil Di Bidang Pangan Dalam Kemasan Di Kota Semarang Terhadap Regulasi Sertifikasi Produk Halal*" Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010.

Jawardi, *Strategi Pengembangan Budaya Hukum, Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 2016.

Nindya Sari Usman, *Analisis Putusan Mahkamah Agung Atas Pembuktian Itikad Baik Dalam Pendaftaran Merek*, Sumatera, Universitas Sumatera Utara, 2016.

Putri Ayu Primasari, *Penerapan Itikad Baik Sebagai Alasan Pembatalan Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek*, Semarang, Universitas Diiponegoro Semarang, 2010.

Rahayu, Tri Suci, “*Penyelesaian Sengketa Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi Kasus Sengketa antara Honda Karisma dan Tossa Krisma)*”, Skripsi, Universitas Sebelas Maret, Fakultas Hukum, 2008.

Riza Zuhelmy, *Perlindungan Hukum Atas Hak Merek (Study Kasus Merek Spesial Sambal “SS” Dalam Sengketa Passing Off)*, Riau, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2010.

### **Buku**

Amiruddin. 2006. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Asshofa, Burhan, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, 2007.

Basyir, Ahmad Ahzar. 2000. “*Asas-asas Hukum Muamalat*”. Yogyakarta: UII Press.

Djumhana, Muhammad. 1993. *Perkembangan Doktrin Dan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Djumhana, Muhammad dan Djubaedillah. 1993. *Hak Milik Intelektual*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Friedman, Lawrence M, *Sistem Hukum Perspektif Ilmu Sosial*, Bandung: Nusa Media, 2011.

Hidayah, Khoirul, *Hukum HKI Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia) Kajian Undang-Undang dan Integrasi Islam*, Malang: UIN-Maliki Press, 2012.

Imaniyati, Neni Sri. 2002 *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam Dalam Perkembangan*. Bandung: Penerbit Mandar Maju.

- Janed, Rahmi. 2015. *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Jenie, Ismijati. 2009. *Itikad Baik Sebagai Asas Hukum*. Yogyakarta: Pascasarjana UGM.
- Mas`adi, Ghufron A. 2002. *Fiqh Muamalah Kontekstual*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Maulana, Insan Budi. 1997. *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Meliala, Qirom Syamsudin. 2007. *Pengertian Asas Itikad Baik di Dalam Hukum Indonesia*. Surabaya: Mitra Ilmu.
- Nasution, Bahder Johan. 2001. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Jakarta: PT. Grafindo.
- Purwaningsih, Endang. 2005. *Perkembangan Hukum Intellectual Property Rights*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Saidin, OK. 2006. *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Satjipto, Rahardjo. 1991. *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti. Edisi Revisi.
- Soekanto, Soerjono. *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, Jakarta : Rajawali Press, 1982.
- Soekanto, Soerjono. 1981. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UII Press.
- Waluyo, Bambang. 2002. *Penelitian Hukum Dalam Praktik*. Jakarta: Sinar Grafika.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap : Indri Wahyuningsih  
 Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 10 juni 1997  
 Agama : Islam  
 Kewarganegaraan : Indonesia  
 Alamat : Desa Boro RT 14 RW 03 Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo  
 Email : indriwahyu344@gmail.com  
 Telepon : 081357520761  
 Riwayat Pendidikan :



| No | Lembaga | Nama Lembaga                     | Tahun     |
|----|---------|----------------------------------|-----------|
| 1  | TK      | TK Dharmawanita Boro             | 2002-2003 |
| 2  | SD/MI   | SDN Boro                         | 2003-2009 |
| 3  | SMP/MTS | SMP Hang Tuah 5 Candi            | 2009-2012 |
| 4  | SMA/MAN | SMA Negeri 1 Porong              | 2012-2015 |
| 5  | S1      | UIN Maulana Malik Ibrahim Malang | 2015-2019 |

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Hormat Kami

Malang, 27 Mei 2019

Indri Wahyuningsih  
 NIM. 15220115

## LAMPIRAN

### Bukti Konsultasi



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
**FAKULTAS SYARIAH**

Terakreditasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor : 157/BAN-PT/AK-XVI/S/VII/2013 (Al Ahwal Al Syaktsihyiah)  
 Terakreditasi "B" SK BAN-PT Nomor : 021/BAN-PT/AK-XIV/S1/VIII/2011 (Hukum Bisnis Syariah)  
 Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399, Faksimile (0341) 559399  
 Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id/>

---

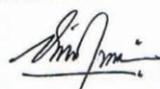
**BUKTI KONSULTASI**

Nama Mahasiswa : Indri Wahningsch  
 NIM : 15220115  
 Fakultas/ Jurusan : Syariah/ Hukum Bisnis Syariah  
 Dosen Pembimbing : Khairul Anam, Lc., MH.  
 Judul Skripsi : Implementasi Asas Itikad Baik Pengrajin Tas Terhadap Penggunaan Merek Terkenal di Tanggulangin Sidoarjo

| No | Hari dan Tanggal       | Materi Konsultasi          | Paraf  |
|----|------------------------|----------------------------|--|
| 1  | Kamis, 10 Januari 2019 | Bimbingan Proposal         |  |
| 2  | Senin, 14 Januari 2019 | Revisi Proposal            |  |
| 3  | Rabu, 23 Januari 2019  | ACC Seminar Proposal       |  |
| 4  | Jum'at, 15 Maret 2019  | Konsultasi BAB I dan II    |  |
| 5  | Senin, 25 Maret 2019   | Revisi BAB I dan III       |  |
| 6  | Kamis 11 April 2019    | Konsultasi BAB I Sampai IV |  |
| 7  | Selasa, 16 April 2019  | Revisi BAB IV dan V        |  |
| 8  | Senin, 6 Mei 2019      | Revisi BAB I Sampai V      |  |
| 9  | Senin, 13 Mei 2019     | Revisi Keseluruhan Skripsi |  |
| 10 | Rabu, 20 Mei 2019      | ACC BAB I, II, III, dan IV |  |

Malang, 26 April 2019

**Mengetahui**  
 a.n. Dekan  
 Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah

  
**Dr. Fakhruddin, M.H.I**  
 NIP. 197408192000031002

## Dokumentasi Penelitian



Gambar 1.1 Bersama Ibu Desi, Penjual Kerajinan Tas



Gambar 1.2 Proses Pembuatan Kerajinan Tas



Gambar 1.3 Bersama Pak Afandi Selaku Pengrajin Tas



Gambar 1.4 Mengamati Proses Pembuatan Kerajinan Tas



Gambar 1.5 Bersama Pak Wawan Selaku Pengrajin Tas di Tanggulangin



Gambar 1.6 Bersama Bu Lilik Pujianti salah ssatu pengguna merek terkenal dalam produknya.