

**IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016
TENTANG HAK MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS PADA
PENJUALAN BARANG PALSU DI KOTA MALANG
(STUDI DI PASAR ROMA KOTA MALANG)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata
Satu Sarjana Hukum (S.H)**

Oleh:

Utsman Idhyaman

NIM 17220042



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

**IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016
TENTANG HAK MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS PADA
PENJUALAN BARANG PALSU DI KOTA MALANG
(STUDI DI PASAR ROMA KOTA MALANG)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata
Satu Sarjana Hukum (S.H)**

Oleh:

Utsman Idhyaman

NIM 17220042



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

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

IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG HAK MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS PADA PENJUALAN BARANG PALSU DI KOTA MALANG STUDI DI PASAR ROMA KOTA MALANG)

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 16 November 2021

Penulis,



Utsman Idhyaman
NIM 17220042

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi Saudara Utsman Idhyaman, NIM 17220042, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG HAK MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS PADA PENJUALAN BARANG PALSU DI KOTA MALANG (STUDI DI PASAR ROMA KOTA MALANG)

Telah dinyatakan lulus dengan nilai ()

Dengan Penguji

1. Iffaty Nasyiah, M.H.
NIP. 197606082009012007


()
Ketua Penguji

2. Dr. Khoirul Hidayah, M.H.
NIP. 197805242009122003


()
Penguji Utama

3. Kurniasih Bahagiati, M.H.
NIP.198710192019032011

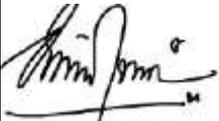

()
Anggota Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Utsman Idhyaman NIM: 17220042 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

**IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016
TENTANG HAK MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS PADA
PENJUALAN BARANG PALSU DI KOTA MALANG
(STUDI DI PASAR ROMA KOTA MALANG)**

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

<p>Mengetahui, Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah</p>  <p>Dr. Fakhruddin, M.H.I. NIP 197408192000031002</p>	<p>Malang, 16 November 2021 Dosen Pembimbing,</p>  <p>Kurniasih Bahagiati, M.H NIP 198710192019032011</p>
---	--



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Gajayana 50, Malang, Kode Pos 65144

Website: www.syariah.uin.malang.ac.id Telp. (0341) 551354

BUKTI KONSULTASI

NAMA : Utsman Idhyaman
NIM : 17220042
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Kurniasih Bahagiati, M.H.
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 20

TAHUN 2016 TENTANG HAK MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS PADA
PENJUALAN BARANG PALSU DI KOTA MALANG

(STUDI DI PASAR ROMA KOTA MALANG)

No	Hari / Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	01 April 2021	Proposal	1.
2	16 April 2021	ACC Proposal	2.
3	26 Agustus 2021	Konsultasi Terkait Perspektif Penelitian	3.
4	01 Oktober 2021	BAB I	4.
5	15 Oktober 2021	BAB I,II,III,IV,V	5.
6	25 Oktober 2021	Revisi BAB I,II,III,IV,V	6.
7	28 Oktober 2021	BAB IV,V	7.
8	08 November 2021	Revisi BAB IV,V	8.
9	11 November 2021	Penyerahan Skripsi	9.
10	16 November 2021	ACC Skripsi	10.

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara/i Utsman Idhyaman, NIM 17220042, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

**IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016
TENTANG HAK MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS PADA
PENJUALAN BARANG PALSU DI KOTA MALANG (STUDI DI
PASAR ROMA KOTA MALANG)**

Telah dinyatakan lulus dengan nilai: B+

Dekan, Malang, 03 Februari 2022



Scan Untuk Verifikasi



MOTTO

*do what you do seriously every second of the day. otherwise you live someone
else's life*

-Corey taylor-

KATA PENGANTAR

الرحيم الرحمن بسماالله

Puji syukur Alhamdulillah terhadap Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan pertolongan penulisan skripsi yang berjudul: **“IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG HAK MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS PADA PENJUALAN BARANG PALSU DI KOTA MALANG (STUDI DI PASAR ROMA KOTA MALANG)”**

” dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam kita haturkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan uswatun hasanah kepada kita dalam menjalani kehidupan ini secara syar’i. dengan mengikuti beliau, semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir kiamat. Amien.

Dengan segala pengajaran, bimbingan/pengarahan, serta bantuan layanan yang telah diberikan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang tiada taranya kepada:

- Prof. Dr. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Dr. Sudirman, M. A.. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Dr. Fakhruddin, M.H.I selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Dr. Fakhruddin, M.H.I selaku dosen wali penulis selama menempuh studi di Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik

Ibrahim Malang. Penulis haturkan terima kasih kepada beliau yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran, serta motivasi selama menempuh perkuliahan.

- Kurniasih Bahagiati, M.H. selaku Dosen Pembimbing penulis, terima kasih penulis haturkan atas waktu yang diberikan untuk bimbingan, arahan, semangat, serta motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
- Ibu Dr. Khoirul Hidayah, M.H, Wakil Bidang AUPK sekaligus sebagai penguji utama. Terimakasih atas saran dan masukan beliau berikan kepada kami.
- Ibu Iffaty Nasyi'ah, M.H, selaku Lektor Jurusan Hukum Ekonomi Syariah sekaligus sebagai penguji utama. Terimakasih atas saran dan masukan beliau berikan kepada kami.
- Segenap jajaran Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah banyak berperan aktif di dalam menyumbangkan ilmu, wawasan dan pengetahuan kepada penulis.
- Staf Karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis ucapkan terima kasih atas partisipasinya dalam penyelesaian skripsi ini.
- Orang tua penulis, Bapak Karyo Utomo dan Ibu Dwi Suswati, yang tiada henti selalu mendoakan, memberikan dukungan moril dan materiil, motivasi yang luar biasa serta harapan dan doa selalu menjadi pengiring langkah sehingga dapat menyelesaikan masa perkuliahan dan menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

- Kakak penulis Hindun Ariyanti yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan semangat yang luar biasa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
- Sahabat penulis yaitu Moh Holilur Rohman S.H, Teman seperjuangan yang telah ikut berperan dalam memberikan banyak bantuan, keceriaan dan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
- Pihak yang telah membantu dari awal proses perskripsian Moh Holilur Rohman S.H yang tidak ada bosanya membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Teman-teman S1 Hukum Ekonomi Syariah 2017 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan selama masa perkuliahan penulis.
- Serta berbagai pihak lain yang turut serta dalam membantu proses penyelesaian penulisan skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga apa yang telah diperoleh selama kuliah di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dapat bermanfaat bagi para pembaca. Penulis sebagai manusia biasa yang tidak pernah lepas dari kesalahan, menyadari bahwasannya penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Malang,,..... 2021
 Penulis,
 Utsman Idhyaman
 17220042

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi ialah pemindah alihan tulisan Arab kedalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab kedalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *footnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang berstandar dinternasional, 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 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1998, No. 158/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi Bahasa Arab (*A Guide Arabic Transliteration*), INIS Fellow 1992.

1. Konsonan

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 pengganti lambang “ع”.

ا = Tidak dilambangkan	ض = dl
ب = b	ط = th
ت = t	ظ = dh
ث = ts	ع = '(koma menghadap keatas)
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
ص = sh	ي = y

2. 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 (a) panjang = â misalnya قال menjadi qâla

Vokal (i) panjang = î misalnya قيل menjadi qîla

Vokal (u) panjang = û misalnya دون menjadi dûna

Khusus untuk bacaanya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan "i", melainkan tetap ditulis dengan "iy" agar dapat menggambaranya' nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawudanya' setelah *fathah* dituli \s dengan "aw" dan "ay". Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) = نو misalnya قول menjadi qawla

Diftong (ay) = يي misalnya خير menjadi khayrun

3. Ta' marbûthah (ة)

Ta' marbûthah ditransliterasikan dengan "t" jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila ta' marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya للمدرسة الرسالة menjadi *al-riṣalaṭ li al-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 berikutnya, misalnya في الله رحمة في menjadi *fi rahmatillâh*.

4. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâlah

Kata sandang berupa "al" (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan "al" dalam lafadh jalâlah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan.

Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

- Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan ...
- Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan ...
- *Masyâ' Allâhkânawamâ lam yasya' lam yakun.*
- *Billâh 'azzawajalla.*

5. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut:

“...Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat di berbagai kantor pemerintahan, namun ...”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid,” “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekalipun berasal dari bahasa Arab, namun ia berupa nama dan orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abd al-RahmânWahîd,” “AmînRaîs,” dan bukan ditulis dengan “shalât.”

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
BUKTI KONSULTASI.....	v
PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN LITERASI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xv
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
البحث ملخص	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5

C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat penelitian.....	6
E. Definisi Operasional.....	7
F. Sistematika Penulisan	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian terdahulu.....	11
B. Jual Beli.....	14
1. Pengertian Jual Beli	14
2. Dasar Hukum Jual Beli.....	16
3. Rukun dan Syarat Jual Beli	18
4. Syarat Jual Beli.....	21
C. Barang Palsu	24
1. Pengertian Barang Palsu	24
D. Hak Merek.....	25
1. Pengertian Hak Merek	26
2. Jenis Merek.....	28
3. Fungsi Merek.....	29
4. Persyaratan Merek	30

5. Pelanggaran Merek.....	32
E. Hak Merek Dalam Islam.....	34
1. Dasar Hukum Hak Merek.....	36
2. Perindungan Hak Merek Dalam Islam.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	41
B. Pendekatan Penelitian.....	42
C. Lokasi Penelitian.....	43
D. Jenis dan Sumber Data.....	44
E. Metode Pengumpulan Data.....	46
F. Metode Pengolahan Data.....	47

BAB IV PEMBAHASAN

A. Praktik penjualan barang palsu ditinjau dari Undang-Undnag Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Tentang Penjualan Barang Palsu...50	
B. Alasan penjual menjual barang palsu ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek.....	59

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 67

B. Saran..... 67

DAFTAR PUSTAKA 69

LAMPIRAN-LAMPIRAN 75

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 77

ABSTRAK

Utsman Idhyaman 17220042, 2021, **Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis Pada Penjualan Barang Palsu Di Kota Malang (Studi Di Pasar Roma Kota Malang)** Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (HES), Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Kurniasih Bahagiati, M.H.

Kata Kunci: Implementasi, Barang Palsu, Jual beli.

Dalam era globalisasi saat ini, perkembangan perekonomian dunia begitu pesat sejalan dengan kebutuhan sandang, pangan manusia baik yang bersifat primer, sekunder maupun tersier. Pesatnya perkembangan ekonomi ini tak lepas dari pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menimbulkan suatu inovasi-inovasi yang baru dari kalangan masyarakat.

Penelitian ini fokus pada praktik penjualan barang palsu yang dilakukan oleh pedagang yang menjual barang palsu yang berlokasi di Pasar Roma. Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang bagaimana praktik penjualan barang palsu di Indonesia serta apa alasan para pedagang menjual barang palsu (studi di Pasar Roma). Penelitian ini merupakan penelitian empiris dengan pendekatan yuridis sosiologis. Perolehan data primer ialah berdasar pada hasil wawancara dengan penjual dan pembeli. Data sekunder diperoleh dari Undang-Undang Hak Merek, dan beberapa literatur seperti buku, jurnal, artikel dan website yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

Hasil dari penelitian ini mengarah praktik penjualan barang palsu dan alasan para pedagang pasar Roma melakukan penjualan barang palsu. Dalam hal ini terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan barang palsu di pasar Roma yakni : kurangnya kesadaran hukum masyarakat atau rasa apatis, faktor ekonomi, dan faktor lingkungan.

ABSTRACT

Utsman Idhyaman 17220042, 2021, **Implementation of Law Number 20 of 2016 concerning Trademark Rights and Geographical Indications on the Sale of Counterfeit Goods in the City of Malang (Study at the City of Rome Market)**

Thesis, Sharia Economic Law Study Program, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisor: Kurniasih Bahagiati, M.H.

Keywords: Implementation, Fake items, Purchase and sell

In the current era of globalization, the development of the world economy is so rapid in line with the need for clothing, human food, both primary, secondary and tertiary. The rapid development of this economy cannot be separated from the rapid development of science and technology, the development of science and technology gives rise to new innovations from the community.

This study focuses on the practice of selling counterfeit goods by traders who sell counterfeit goods located in Roma Market. is an empirical research with a sociological juridical approach. Primary data acquisition is based on the results of interviews with sellers and buyers. Secondary data was obtained from the Trademark Rights Act, and several literatures such as books, journals, articles and websites related to the research discussion.

The results of this study lead to the practice of selling counterfeit goods and the reasons for the Roman market traders to sell counterfeit goods. In this case, there are factors that influence the sale of counterfeit goods in the Rome market, namely: lack of public legal awareness or apathy, economic factors, and environmental factors

ملخص البحث

عثمان إدهيامان 17220042 ، 2021 ، الثقافة القانونية للمجتمع في بيع السلع المقلدة في مدينة مالانج (بحث في مدينة مالانج .أطروحة ، برنامج دراسة القانون الاقتصادي الشرعي ، مولانا مالك إبراهيم جامعة مالانج الإسلامية الحكومية . الاجستير

الكلمات المفتاحية: لثقافة القانونية ,والسلع المقلدة ,والشراء والبيع.

في العصر الحالي للعولمة ، يكون تطور الاقتصاد العالمي سريعًا للغاية بما يتماشى مع الحاجة إلى الملابس والغذاء البشري

، الابتدائي والثانوي والثالثي .لا يمكن فصل التطور السريع لهذا الاقتصاد عن التطور السريع للعلوم والتكنولوجيا ، فإن تطور العلوم والتكنولوجيا يؤدي إلى ابتكارات جديدة من المجتمع.

تركز هذه الدراسة على الثقافة القانونية لبيع السلع المقلدة التي يقوم بها التجار الذين يبيعون السلع المقلدة الموجودة في سوق روما ، وهذا البحث هو بحث تجريبي بمنهج قانوني اجتماعي .يعتمد الحصول على البيانات الأولية على نتائج المقابلات مع البائعين والمشتريين .تم الحصول على بيانات ثانوية من قانون حقوق العلامات التجارية والعديد من الأدبيات مثل الكتب والمجلات والمقالات والمواقع الإلكترونية المتعلقة بمناقشة البحث.

أدت نتائج هذه الدراسة إلى الثقافة القانونية لمجتمع تجار السوق الروماني فيما يتعلق ببيع السلع المقلدة التي تعتبر غير صحية .في هذه الحالة ، هناك

عوامل تؤثر على الثقافة القانونية غير الصحية في سوق العجر: نقص الوعي القانوني للمجتمع أو اللامبالاة والعوامل الاقتصادية والعوامل البيئية.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, perkembangan perekonomian dunia begitu pesat sejalan dengan kebutuhan sandang, pangan manusia baik yang bersifat primer, sekunder maupun tersier. Pesatnya perkembangan ekonomi ini tak lepas dari pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menimbulkan suatu inovasi inovasi yang baru dari kalangan masyarakat. Banyak hasil industri perdagangan yang baru dan kreatif sesuai dengan pemasaran yang sesuai dengan lingkup daerah dan wilayah. Namun di sisi lain tidak sedikit pula manusia memanfaatkan perkembangan teknologi dengan merugikan banyak pihak seperti pembuatan barang palsu, pembuatan barang bajakan dan barang yang bersifat tidak orisinil. Barang - barang tersebut berupa sandang, seperti sepatu, baju, dan merek-merek yang namanya sudah banyak dikenal dikalangan nasional dan internasional. Perkembangan perekonomian tersebut antara lain mencangkup dalam perkembangan cara berjual beli yang dulu hanya dilakukan dengan tatap muka, maka sekarang dapat dilakukan secara online.

Islam mengatur hubungan antar manusia yang disebut muamalah. Muamalah adalah tukar menukar barang atau sesuatu yang memberi manfaat dengan cara yang ditentukan, seperti jual beli. Jual beli merupakan salah satu jenis kegiatan yang saling dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-hari yang dilakukan atas dasar suka sama suka. Jual beli sendiri memiliki pengertian yang tertera dalam pasal

1457 KUH Perdata “ suatu perjanjian dengan nama pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”. Jual beli tersebut terdapat *akad* dalam jual beli. Akad yaitu suatu perikatan antara *ijab* dan *qobul*, sedangkan menurut syara’ *Syekh Muhammad ibn Qâsim al-Ghazzi* berpendapat:

واما شرعا فأحسن ما قيل في تعريفه انه تملك ما لية بمعاوضة بأذن شرعي أو تملك منفعة
مباحة على التأبيد بثمنى مال

“Jual beli yang paling tepat ialah memiliki sesuatu harta (uang) dengan mengganti sesuatu atas dasar izin syara, sekedar memiliki manfaatnya saja yang diperbolehkan syara untuk selamanya yang demikian itu harus dengan melalui pembayaran yang berupa uang.”

Dalam produk yang diperjual belikan, terdapat hak merek atas produk yang dimiliki. Hak merek merupakan hak yang dilindungi, tidak seorang pun bisa untuk memperbanyak atau membuat produksi atas nama merk orang lain. dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek menyatakan bahwa Hak Merek adalah hak yang mengatur karya intelektual di bidang gambar, nama, huruf, kata, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut sebagai identitas dari suatu produk.

Pada kenyataannya kita sering menemukan barang-barang yang berharga tinggi banyak dipalsukan. Tindakan pemalsuan di Indonesia sangat marak, mulai dari sepatu, tas, baju hingga waistbag palsu. Maka tindakan seperti ini termasuk tindakan pemalsuan yang telah melanggar aturan hukum di Indonesia. Dalam pasal

1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek, Merek adalah salah satu wujud karya intelektual yang dilindungi oleh Undang-undang Merek di Indonesia. Merek merupakan tanda yang berupa gambar, nama, huruf, kata, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut sebagai identitas dari suatu produk.

Begitu juga dengan barang-barang yang termasuk dalam kategori palsu dan seperti sepatu, tas waistbag, topi, pakaian, sandal, dan ikat pinggang yang mengatas namakan merk yang mendunia atau terkenal juga termasuk pelanggaran yang dilakukan oleh para penjual dalam berbagai jenis penjualan. Maka tindakan penjualan seperti ini termasuk dalam pelanggaran aturan hukum di Indonesia. Dalam pasal 2 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek, 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.

Menurut hukum positif atau hukum Islam di Indonesia, hak merek merupakan suatu benda yang dapat dialihkan. Hak merek memiliki nilai ekonomi yang tinggi di perusahaan. Sebagaimana juga dijelaskan dalam Fatwa MUI tahun 2005, hak merek adalah harta yang dapat diperjual belikan. Ulama Hanafiah juga telah menjelaskan perjanjian *rahn* yang mensyaratkan adanya *marhun*. Berdasarkan

persyaratan *marhun* yang dibuat oleh ulama' Hanafiah, maka dapat dijelaskan bahwasannya hak merek dapat dijadikan sebagai obyek benda di perjanjian *rahn*.

Jika terus terjadi pemalsuan hak merek di negara Indonesia maka investor akan enggan menanamkan modal di Indonesia. Secara hukum, Hak Merek merupakan bagian penting dari Hak Kekayaan Intelektual yang digunakan dalam dunia bisnis untuk melindungi hak merek orang dan telah diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek.

Beberapa tahun ini fenomena pelanggaran hak merek di Indonesia sangatlah kerap terjadi seperti yang dikutip dalam situs berita online CNN Indonesia mengenai pelanggaran hak merek. Dalam keterangan resmi, Menkumham Yasonna Laoly mengatakan bahwasannya pihaknya telah menerima 125.785 permohonan yang meliputi merek, hak cipta, paten, desain insudtri dan indikasi geografis, permohonan ini meningkat pesat dari 119 ribu permohonan. Dalam berita online CNN Indonesia juga menjelaskan secara terperinci mengenai permohonan merek yang telah mencapai 74.171 permohonan, yang didalamnya terdapat beberapa hak cipta sebanyak 36.522, hak paten sebesar 11.151 permohonan, desain industry mencapai 3.934 permohonan dan indikasi geografis sebanyak 6 permohonan. Di kota Malang sendiri banyak juga terjadinya pelanggaran hak merek di berbagai tempat yang diduga terjadi jual beli barang bajakan. Dalam hal ini penjualan barang mengatas namakan merek terkenal dan mendunia sangatlah marak juga di kalangan para pedagang hal ini juga sangat memikat para pembeli yang membuat untuk membeli barang tersebut. Peraturan yang tertera dalam undang-undang Hak Merek

juga harus diperhatikan terlebih lagi di lingkungan masyarakat yang dengan bebas memperjual belikan barang palsu yang mengatas namakan merek terkenal.

Merek merupakan tanda pembeda antara produk yang dihasilkan oleh suatu badan hukum atau persero dengan produk yang dihasilkan oleh pihak lain.

Maka dari itu penulis akan melakukan penelitian terhadap penjualan barang palsu dengan judul : Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis Pada Penjualan Barang Palsu di Kota Malang (Studi di Pasar Roma Kota Malang)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka perlu dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian yakni:

1. Bagaimana praktik jual beli barang palsu masyarakat Kota Malang? (studi di pasar Roma)
2. Apa yang menjadi alasan pedagang di pasar roma melakukan penjualan barang palsu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, terdapat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan bagaimana praktik penjualan barang palsu.
2. Untuk menjelaskan alasan para pedagang dalam menjual barang palsu di pasar Roma kota Malang

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah khazanah keilmuan dalam dunia akademi mengenai perlindungan hak merek, dan mengetahui bagaimana budaya hukum masyarakat terkait kegiatan jual beli barang palsu mengatas namakan merek merek yang terkenal. memperluas dan memperdalam ilmu mengenai hak merek menurut perundang undangan. Kehadiran penelitian ini diharapkan juga bisa menjadi tambahan khazanah keilmuan bagi para mahasiswa dan para pihak yang berwenang dalam perlindungan hak merek. Dan penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan bagi semua *civitas akademik* dan seluruh mahasiswa yang berada di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

2. Manfaat Praktis

Secara umum penelitian ini diharapkan memberikan pedoman dan Memberikan wawasan dan pengalaman secara praktis mengenai wawancara terhadap pedagang dan pembeli setempat mengenai persoalan hak merek.

a. Bagi mahasiswa : menambah dan memperluas keilmuan mengenai praktik jual beli yang benar dan diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek

b. Memberikan wawasan dan pengalaman kepada penulis secara praktis tentang penjualan barang palsu ditinjau dalam perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek

E. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dalam mempelajari serta memahami skripsi ini sesuai dengan judul yang telah penulis ajukan yaitu Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis Pada Penjualan Barang Palsu di Kota Malang (Studi di Pasar Roma Kota Malang), maka penulis akan memaparkan variabel bebas dan terikat, antara lain :

1. Jual Beli

Jual beli sendiri merupakan suatu kegiatan antara orang lain dengan orang yang lainnya dengan memberikan suatu barang terhadap orang yang disebut pembeli dengan menaruh suatu nominal harga terhadap apa yang diperjual belikan oleh orang lain atau seorang penjual. Jual beli sendiri memiliki pengertian yang tertera dalam pasal 1457 KUH Perdata “ suatu perjanjian dengan nama pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”

Dalam islam juga dijelaskan bahwasannya terdapat berbagai jenis penjualan salah satunya seperti Muamalah. Muamalah sendiri adalah tukar menukar barang atau sesuatu yang memberi manfaat dengan cara yang ditentukan, seperti jual beli. Jual beli merupakan salah satu jenis kegiatan yang saling dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-hari yang dilakukan atas dasar suka sama suka. Jual beli tersebut terdapat *akad* dalam jual beli. Akad yaitu suatu perikatan antara *ijab* dan *qobul*, sedangkan menurut syara' *Syekh Muhammad ibn Qâsim al-Ghazzi* berpendapat:

واما شرعا فأحسن ما قيل في تعريفه انه تملك ما لية بمعاوضة بأذن شرعي أو تملك منفعة مباحة
على التأييد بثمنى مال

“Jual beli yang paling tepat ialah memiliki sesuatu harta (uang) dengan mengganti sesuatu atas dasar izin syara, sekedar memiliki manfaatnya saja yang diperbolehkan syara untuk selamanya yang demikian itu harus dengan melalui pembayaran yang berupa uang.”

2. Barang Palsu.

Barang Palsu adalah barang yang mengandung merek dagang atau logo yang sama dengan atau sangat sulit dibedakan dari merek aslinya. Barang tersebut meniru fitur merek dari produk dalam upaya untuk menyamarkan sebagai produk asli dari pemilik merek.

3. Hak Merek

“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.”

E. Sistematika Penulisan

Dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka hasil atas penelitian tersebut akan dilaporkan dalam bentuk karya ilmiah berupa skripsi, adapun sistematika penulisan skripsi tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini memiliki pembahasan mengenai adanya latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas tentang “penelitian terdahulu” dan “landasan teori”. Dalam “penelitian terdahulu” terdapat 5 penelitian atau riset yang menjadi referensi bagi peneliti kemudian pada landasan teori yang mengulas tentang definisi Jual beli secara umum, syarat sah jual beli, jual beli dalam islam, barang palsu, dan budaya hukum masyarakat dalam penjualan barang palsu.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memuat tentang jenis penelitian hukum empiris atau yuridis empiris dengan pendekatan penelitian yuridis sosiologis, lokasi penelitian di Pasar Roma Kota Malang Provinsi Jawa Timur . Jenis dan sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer menggunakan pendekatan kualitatif yang diperoleh melalui wawancara terhadap penjual dan pembeli di Pasar Roma Kota Malang dan untuk data sekunder diperoleh dari literature buku, jurnal artikel ataupun referensi lainnya. Wawancara dan dokumentasi adalah teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan, sehingga hasil dari wawancara dan dokumentasi tersebut di analisis atau sering disebut dengan teknik analisis data dan juga sebagai metode pengelolaan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan pemaparan dan analisis data yang diperoleh dari data primer dan data sekunder. Dari data yang sudah ada dapat menjabarkan bukti yang berupa fakta atau data yang diperoleh dan dikumpulkan di lapangan, kemudian menganalisis data tersebut menggunakan Undang-undang yang berlaku di Indonesia terkait penjualan barang palsu.

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini berisikan kesimpulan dan saran sehingga pada bagian ini adalah bab yang terakhir. Pada kesimpulan berisikan jawaban atau penjelasan dari sebuah rumusan masalah yang sudah di paparkan pada bab sebelumnya. Dan pada bagian saran lebih kepada pendapat, usulan dan/atau anjuran kepada pihak-pihak terkait dan pendapat, usulan dan/atau anjuran bagi peneliti selanjutnya dimasa mendatang

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai indikator penting suatu penelitian, yang dapat digunakan untuk mengetahui perbedaan substansi isi penelitian dengan tema yang sama tetapi dengan objek penelitian yang berbeda. Dibawah ini penelitian-penelitian terdahulu antara lain:

1. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penjualan Barang Palsu dan Bajakan” oleh Gheba Brahyar Syubantar. Dalam skripsi ini dijelaskan bahwasannya maraknya penjualan barang palsu dan bajakan di Indonesia dan penulis mengumpulkan beberapa pendapat ulama yang relevan dengan hukum islam, hadist dan kaidah fiqh mengenai jual beli barang palsu dan bajakan. Dalam hal ini penulis juga memaparkan bahwasannya terkait penjualan barang bajakan dalam islam tidak sah hukumnya karena dalam hal ini masuk dalam konteks pencurian karena mengambil hak orang lain tanpa seizin pemilik hak tersebut.

2. “Analisis Konsep Haq Ibtikar Dalam Hak Kepemilikan Islam Terhadap Penjualan Kaset Bajakan” oleh Febri Barokah Utama. Dalam peneltian ini penulis menjelaskan bahwasannya masih maraknya penjualan kaset bajakan di daerah Palembang tepatnya di daerah Mall. Di tempat tersebut masih banyak penjualan kaset piringan bajakan baik berisi tentang lagu maupun film luar negeri maupun produk dalam negeri. Penulis menjelaskan bahwasannya dalam hal ini penjualan

kaset bajakan melanggar aturan dan teori-teori hukum yang berlaku baik itu aturan-aturan hukum islam atau aturan hukum di Indonesia.

3. “Jual beli Barang Tiruan Dalam perspektif Etika Bisnis Islam” oleh Dimas Rais Utomo. Dalam penelitian ini penulis meneliti di suatu toko buku taqwa mulia 38 B Lampung Timur. Penulis menjelaskan bahwa kegiatan jual beli di took buku tqwa mulia masih belum memenuhi unsur jual beli yang dikatakan sah dalam islam. Seperti kejujuran dan keadilan. Proses jual beli dalam took tersebut masih terdapat unsur merugikan orang lain, seperti pedagang masih belum jujur mengni nominal harga dan pedagang tidak menyebutkan atau menjelaskan kepada pembeli bahwa barang yang dijual adalah barang tiruan. Dengan demikian, jual beli yang terdapat di toko buku Taqwa Mulia tersebut belum memenuhi etika bisnis dalam Islam.

No	Nama/Perguruan Tinggi	Judul Penelitian	Objek Formal (Persamaan)	Objek Materil Perbedaan
1.	Brahylar Syubantar / Universitas Islam Indonesia Yogyakarta / 2018	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penjualan Barang Palsu dan Bajakan”	Pembahasan mengenai Barang Palsu	Perbedaan terletak pada tinjauannya, jika dalam penelitian ini ditinjau dari hadits,kaidah kaidah hokum islam dan fiqh

2.	Febri Barokah Utama / Universitas Islam Raden Fatah Palembang/ 2017	“Analisis Konsep Haq Ibtikar Dalam Hak Kepemilikan Islam Terhadap Penjualan Kaset Bajakan”	Persamaan menjelaskan tentang peraturan terkait barang palsu	penelitian yang saya teliti ialah terkait peraturan yang megatur tentang penjualan barang palsu di Indonesia.
3.	Dimas Rais Utomo/ IAIN METRO / 2018	“Jual beli Barang Tiruan Dalam perspektif Etika Bisnis Islam” oleh Dimas Rais Utomo.	Penelitian sama sama ini mengarah terhadap penjualan barang palsu atau tiruan	penelitian saya meneliti tentang penjualan barang palsu menurut peraturan undang-undang yang ada di Indonesia.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

B. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Agama Islam mengatur hubungan yang kuat antara akhlak, akidah, dan muamalah. Aspek muamalah adalah aturan-aturan Allah yang ditujukan untuk mengatur kehidupan seorang manusia dalam urusan duniawi, sosial kemasyarakatan dan sebagai dasar membangun sistem perekonomian yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Agar menghindari mudharat setiap orang dituntut untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan saling membantu dan tolong menolong satu sama lain sebab hidup tidak bisa tanpa ada sebuah transaksi, seperti halnya transaksi jual beli.

Jual beli dalam bahasa arab berasal dari kata **الْبَيْعُ** dan bentuk jamak dari **البيع** yang secara syara' memiliki arti menukar, menjual, mengganti sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal **البيع** dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata **الشرَاء** yang artinya beli, sehingga kata **البيع** juga memiliki arti jual beli bukan hanya jual.. Sedangkan dalam kamus Besar bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayarkan harga barang yang dijual.

Terdapat beberapa pengertian jual beli yang dipaparkan oleh para ahli, diantaranya adalah:

- a. Suatu barang yang ditukarkan dengan barang dan/atau uang, yang mana hal tersebut mengakibatkan pada berpindahkan hak milik dari satu pihak ke pihak yang lain atas dasar saling merelakan dan kesepakatan.
- b. Dalam kitab *Kiffayatul al-Akhyar* yang ditulis oleh Imam Taqiyuddin, jual beli adalah saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola dengan ijab qobul, dengan cara yang sesuai dengan syar’.
- c. Dalam kitab *Fiqh Sunnah* yang ditulis oleh Sayyid Sabiq, jual beli adalah penukaran benda dengan benda lain dengan saling atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang diperbolehkan.
- d. Menurut Rachmat Syafei, jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain.

Dari keempat pengertian jual beli diatas maka secara singkat, jual beli dapat diartikan sebagai aktivitas tukar menukar suatu barang dengan suatu lainnya untuk saling memiliki.

Dalam islam jual beli adalah suatu akad *mu’awadhah*, yakni akad yang dilakukan oleh dua pihak, dimana pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua menyerahkan sebuah imbalan berupa uang atau barang (alat tukar yang sah).

بِالشَّيْءِ الشَّيْءِ بَلَاءٌ مُّقَا

Artinya: “Pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain)”

Sedangkan Dalam KUHPerdara pasal 1457 juga dijelaskan secara istilah bahwa jual beli yang adalah: *“Jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak lain untuk membayar harga yang dijanjikan”*.

Dari beberapa definisi jual beli yang telah dipaparkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian dari jual beli secara umum adalah dua orang atau lebih yang sepakat untuk menukarkan suatu barang kepada orang lain dengan sejumlah uang atau alat tukar yang sah, sehingga dapat mengakibatkan sebuah perpindahan hak milik. Jadi jual beli melibatkan dua orang atau lebih yang disebut sebagai penjual dan pembeli. Sebagai penjual memiliki kewajiban untuk menyerahkan barang kepada pembeli sebagai haknya, dan pembeli memiliki kewajiban untuk membayar dengan sejumlah uang kepada penjual sebagai haknya.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Al-Qur'an, Hadist, pada dasarnya membolehkan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh manusia, akan tetapi al-Qur'an, Hadist, juga menjelaskan bahwa terdapat beberapa jual beli yang memang tidak dibolehkan atau haram untuk dilakukan, hal tersebut karena tidak sesuai dengan syara'.

a. Al-Qur'an

Al-Qur'an sebagai dasar hukum jual beli terdapat pada beberapa surat, diantaranya:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...^ط

Artinya: “...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”(Al-Baqarah; 275)

تَرَاضٍ عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
مِّنْكُمْ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman. Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu.”
(an-Nisa’; 29)

رَبِّكُمْ مِّنْ فَضْلًا تَبْتَغُوا أَنْ جُنَاحٌ عَلَيْكُمْ لَيْسَ

Artinya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunis (rezeki hasil perniagaan) dari tuhanmu.” (al-Baqarah; 198)

b. Hadist

Hadist sebagai dasar hukum jual beli, diantaranya:

أَيُّ : سُئِلَ وَسَلَّم عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى النَّبِيُّ أَنْ عَنْهُ اللَّهُ رَضِيَ يَخِ خَدِ بِنُ رَفِعِ عَنْ
بن احمد رواه) وَرِ مَبْرُ بَيْعِ وَكُلُّ بِيَدِهِ الرَّجُلِ عَمَلُ : قَالَ أَطْيَبُ؟ الْكَسْبِ
(حنبل)

Artinya: “ Dari Rafi’ bin Khadij ra: bahwasanya Nabi SAW ditanya: Pencarian apakah yang paling baik? Beliau menjawab: ialah orang yang bekerja dengan tangannya, dan tiap-tiap jual beli yang bersih.” (H.R Ahmad Bin Hambal, Nomor 241).

Dari firman Allah dan hadist diatas yang menjadi dasar hukum jual beli, dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan kegiatan muamalah yang diharamkan, akan tetapi terdapat sebuah ketentuan dimana jual beli tersebut dapat dikatakan halal. Jual beli yang diharamkan adalah jual beli yang tidak terdapat unsur riba, dusta dan khianat didalamnya, karena riba dusta dan khianat merupakan perbuatan yang dilarang oleh agama dan dapat menyebabkan kesengsaraan bagi orang lain. Ketika jual beli yang dilakukan dengan cara yang jujur, dan bersih dari riba, dusta dan khianat, maka jual beli merupakan salah satu jalan atau cara untuk mencari rezeki yang di haramkan oleh Allah SWT.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli merupakan aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam aktivitas jual beli melibatkan dua oaring atau lebih, sehingga terciptalah sebuah hak dan kewajiban diantara keduanya yang berakibat pada perpindahan hak milik atas suatu barang, dimana hak dan kewajiban tersebut harus terpenuhi.

Dasar hukum dari jual beli sendiri telah mengisyaratkan bahwa adanya aktivitas jual beli yang sah dan diharamkan bagi manusia memiliki ketentuan-

ketentuan tertentu, ketentuan tersebut dijelaskan dalam rukun dan syarat jual beli, diantaranya adalah:

a. Rukun jual beli

Jual beli merupakan jenis transaksi atau akad dari manusia ke manusia lainnya, sehingga dalam jual beli tersebut harus memenuhi sebuah rukun agar jual beli tersebut dianggap sah dan mengikat satu sama lain. Rukun adalah sesuatu yang merupakan unsur pokok pada suatu sesuatu dan tidak terwujud jika ia tidak ada. Menurut jumhur ulama, rukun jual beli terdiri dari 4 macam, diantaranya ialah:

1. Para pihak yang bertransaksi

Telah diketahui bahwa jual beli melibatkan kesepakatan antara dua orang atau lebih, sehingga yang disebut dengan dua orang atau lebih adalah penjual dan pembeli, atau dapat disebut dengan subjek jual beli. Penjual adalah orang yang menyerahkan barang kepada pembeli, dan pembeli adalah orang yang menyerahkan uang atau alat tukar yang sah kepada penjual. Di antara keduanya terdapat kemanfaatan dan keuntungan di dalamnya. Pembeli memperoleh kemanfaatan dari barang atau objek yang dibeli dari penjual, sedangkan penjual memperoleh keuntungan berupa upah atas barang yang dijualnya.

2. *Sighat*

Secara istilah *sighat* adalah sesuatu yang disandarkan dari dua pihak yang berakad yang menunjukkan atas apa yang ada di hati

keduanya tentang terjadinya akad. Sedangkan pengertian *Sighat* secara umum adalah pelafalan *ijab* dan *qabul* antara para pihak yang bertransaksi.

Ijab ialah suatu penjelasan mengenai maksud, kemauan oleh para pihak untuk melakukan sesuatu dan/atau untuk tidak melakukan sesuatu. Sedangkan arti *Qabul* adalah suatu penjelasan tentang persetujuan para pihak atas sebuah *ijab*. Penjelasan yang ada pada *ijab* dan *qabul* dapat berupa: lisan, tulisan, isyarat, secara diam-diam, dengan diam semata.

3. Objek transaksi

Objek transaksi adalah barang atau benda yang diperjual belikan, dan barang tersebut memiliki nilai kemanfaatan dan keuntungan bagi para pihak yang melakukan jual beli.

4. Nilai tukar pengganti objek

Nilai tukar pengganti objek jual beli adalah sesuatu yang memiliki nilai sehingga dapat menghargakan suatu barang. Sedikit berbeda dengan para jumhur ulama, menurut mazhab Hanafi, rukun jual beli hanya ada satu yaitu *ijab qabul*. Karena menurut beliau dengan adanya *ijab qabul* dapat mewakili semua yang ada di dalamnya. Seperti pada rukun yang pertama, ketiga, dan keempat menurut jumhur ulama, *ijab qabul* tidak akan pernah ada apabila tidak ada subjek, objek dan alat tukar, yang dapat mencipatakan sebuah aktivitas jual beli. Mazhab

Hanafi berpendapat bahwa ketiga rukun yang dikemukakan oleh jumhur ulama termasuk kedalam syarat adanya *ijab qabul*. Dengan demikian, menurut mazhab Hanafi, *ijab qabul* sudah bisa mewakili tiga rukun lainnya menurut jumhur ulama.

4. Syarat jual beli

Setelah mengetahui rukun yang ada pada jual beli, maka perlu diketahui lagi bahwa suatu rukun jual beli tidak dapat terpenuhi apabila syarat jual beli belum terpenuhi. Secara singkat syarat adalah sesuatu yang sangat mendasar dan penting dalam suatu hukum syara' sehingga dapat menciptakan sebuah hukum.

Telah ditahui bahwa syarat adalah unsur yang harus ada didalamnya, sehingga dapat selaras dengan hukum syara'. Begitu pula dengan aktivitas jual beli juga diperlukan sebuah syarat agar, jual beli tersebut dapat sesuai dengan hukum syara' dan dianggap sah. Adapun syarat jual beli juga sejalan dengan rukun jual beli yang dikemukakan oleh jumhur ulama, diantaranya adalah:

a. Syarat para pihak yang bertransaksi

Para pihak atau disebut sebagai penjual dan pembeli haruslah memenuhi syarat yaitu; a) berakal dan *baligh*, minimal sudah *mumayyiz* (dapat membedakan baik dan buruk); b) kehendak sendiri, tidak ada paksaan untuk melakukan transaksi jual beli; c) terdapat dua orang atau lebih, tidak sah jual beli apabila dilakukan sendiri.

b. Syarat *sighat*

Ijab qabul merupakan suatu perbuatan yang dapat berakibat pada sah atau tidanya suatu jual beli, sehingga perlu adanya penjabaran mengenai

syarat yang harus dipenuhi dalam *ijab qabul*, diantaranya adalah: a) berakal dan *baligh*; b) qabul sesuai dengan ijab, para pihak memberikan hak dan kewajibannya sebagai penjual dan pembeli dengan tanpa ada suatu penipuan atau apa yang diucap, dijelaskan sesuai dengan kenyataannya; c) dilakukan dalam satu majelis, para pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topic yang sama.

c. Syarat objek transaksi

Barang atau benda yang menjadi objek transaksi haruslah sesuai dengan syarat-syarat sebagai berikut: a) suci, tidak termasuk kedalam barang ahram contoh, babi, khamer, dll; b) hak kepemilikan diri sendiri, suatu barang harus secara sempurna menjadi hak milik si penjual, kecuali apabila si pemilik barang menunjuk orang lain untuk menjadi wakil dalam proses jual beli tersebut; c) terdapat suatu manfaat, suatu barang yang dijual belikan harus memiliki kemanfaatan bagi pembeli; d) objek jelas; e) objek dapat diketahui jenis, sifat, harga dan kadarnya.

d. Syarat nilai tukar pada objek

Nilai tukar atau dapat juga disebut sebagai harga suatu objek transaksi, sehingga hal tersebut menjadi sesuatu yang sensitif dan penting. Oleh karena itu, nilai atau harga atas suatu barang dapat ditentukan dan disepakati oleh para pihak yang bertransaksi. Adapaun syarat-syarat nilai tukar adalah: a) harga yang disepakati; b) dapat diserahkan pada saat *ijab qabul*; c) memiliki nilai yang sama.

Syarat dan rukun jual beli diatas dapat mengkategorikan berabagai macam praktik jual beli. Aktivitas atau kegiatan jual beli yang dilakukan terdapat dikategorikan sebagai berikut:

a. Jual beli yang diperbolehkan

Jual beli yang diperbolehkan dan sah adalah jual beli yang telah memenuhi dan tidak melanggar rukun dan syarat jual beli.

1. Jual beli yang sah tapi terlarang

Rosulullah SAW, melarang sejumlah jual beli, karena didalamnya terdapat gharar yang membuat manusia memakan harta orang lain secara batil, dan didalamnya terdapat unsur penipuan. Berikut jenis-jenis jual beli yang beliau larang sebagai berikut: a) jual beli barang yang belum diterima; b) jual beli seorang muslim dari muslim lainnya; c) jual beli *najasy* atau rekayasa harga; d) jual beli barang-barang haram dan najis; e) jual beli gharar; f) jual beli dua barang dalam satu akad; g) jual beli uang muka (*Urbun*); h) menjual sesuatu yang tidak ada pada penjual; i) jual beli utang dengan utang; j) jual beli oleh orang kota untuk orang desa; k) pembeli barang dari penjualnya diluar daerah; l) jual beli musharrah; m) jual beli pada adzan kedua hari jumat; n) jual beli muzabanah dan muhaqalah; o) jual beli pengecualian; p) jual beli buah-buahan.

2. Jual beli yang terlarang dan tidak sah

Sesuai dengan rukun dan syarat jual beli diatas, maka praktik jual beli yang tidak memenuhi dan tidak sesuai dengan rukun dan syarat

tersebut, maka jual beli yang dilakukan tidak sah. Seperti contohnya pada suatu transaksi jual beli barang haram, secara otomatis transaksi tersebut tidak memenuhi rukun dan syarat pada objek jual beli. Adapun bentuk-bentuk jual beli yang terlarang dan tidak sah adalah sebagai berikut: a) jual beli barang haram; b) jual beli barang-barang yang dapat dijadikan sarana maksiat; c) jual beli sperma binatang; d) jual beli barang-barang samar.

C. Barang Palsu

1. Pengertian Barang Palsu

Pengertian barang palsu tidak didefinisikan secara nyata atau gampal oleh undang-undang, maupun literature lainnya, akan tetapi barang palsu terdiri dari dua kata yaitu barang dan palsu, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, barang adalah suatu benda yang berwujud ataupun tidak berwujud, sedangkan palsu adalah tiruan, sesuatu yang ditiru sehingga dapat berwujud atau berbentuk seperti aslinya tanpa izin. Maka dapat disimpulkan bahwa, barang palsu adalah barang berwujud yang merupakan tiruan atau replika dari yang asli. Pada kalangan masyarakat Indonesia, barang palsu kerap disebut dengan barang KW.

Kepanjangan dari kata KW adalah “kwalitas” yang memiliki indikasi replica, atau tiruan. Jadi barang KW merupakan sebuah barang berwujud yang diproduksi dengan sengaja meniru, mereplika, mencontoh secara keseluruhan dari barang lain. Replica dapat dilakukan dengan meniru desain, membuat

produk genetic dengan harga yang lebih murah, dan melakukan beberapa penyempurnaan dari produk terdahulu.

Barang palsu atau KW merupakan barang replica atau tiruan bukan hanya pada sebuah merek terkenal, melainkan dapat dilakukan pada berbagai merek yang sudah terdaftar, sehingga barang palsu atau KW tidak akan lepas dengan merek dagang yang dimiliki oleh seseorang atau badan hukum. Merek terkenal yang sering dijadikan sebagai objek barang tiruan yakni, “*EIGER*”, “*ADIDAS*”, “*GUCCI*”, dan merek-merek lainnya.

Akibat dari produsen yang memproduksi dan memasarkan barang kw atau paslu dari merek terkenal ialah dapat berakibat pada pandangan para konsumen, seakan-akan barang yang diproduksinya itu sama dengan produk barang yang sudah terkenal, serta dapat mengacaukan atau membingungkan pandangan orang terhadap barang tersebut

D. Hak Merek

1. Pengertian Merek

Setiap Negara yang ada dibelahan dunia ini, pasti memerlukan sebuah hukum guna menagtur ketertiban dan keamanan dalam sutau Negara. Begitu pula dengan Negara Indonesia, Indonesia merupakan Negara yang menganut sistem demokrasi yang didasari oleh UUD 1945. Indonesia merupakan Negara hukum, dimana setiap prilaku dan perbuatan penduduknya diatur oleh hukum atau peraturan-peraturan yang berlaku.

Hukum yang berlaku di Indonesia memiliki tujuan agar terciptanya suatu ketertiban, keadilan dan keharmonisan sehingga dapat membentuk suatu struktur sosial yang teratur. Salah satu hukum yang berlaku di Indonesia adalah Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam pasal 1 ayat 1 dijelaskan 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) lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”

Pengertian merek juga dikemukakan oleh beberapa ahli diantaranya ialah:

- a. Menurut H.M.N Purwosutjipto, merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda yang lain yang sejenis.
- b. Menurut R. Soekardono, merek adalah suatu benda tanda (jawa; ciri atau tenger) dengan nama dipribadikanlah sebuah barang tertentu, di mana perlu juga dipribadikan asalnya barang atau menjamin kualitasnya barang dalam perdagangan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan.

- c. Menurut Ita Gambiro, merek adalah suatu tanda dengan maksud untuk menunjukkan siapa yang bertanggung jawab terhadap barang-barang dari merek dagang tersebut yang dijual kepada masyarakat.
- d. Menurut H.OK Saidin, S.H., M.Hum, merek adalah suatu tanda (*sign*) untuk membedakan seorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atau mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.
- e. Menurut Harsono Adisumarto, merek adalah tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain, seperti pada pemilikan ternak dengan memberi tanda cap pada punggung sapi yang kemudian dilepaskan di tempat penggembalaan yang luas. Cap tersebut memiliki fungsi sebagai tanda pengenal untuk menunjukkan bahwa hewan yang bersangkutan adalah milik orang tertentu

Merek juga dapat disebut dengan istilah *brand*, yang memiliki arti penanda identitas dari sebuah produk barang atau jasa yang ada dalam perdagangan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian merek adalah suatu tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, warna atau kombinasi dari seluruh unsur tersebut sehingga dapat menjadi pembeda atas barang atau jasa yang ada di pasaran atau sector perdagangan.

Berbicara mengenai merek atau *brand*, seacra tidak langsung berbicara juga tentang Hak Kekayaan Intelektual dan hak kekayaan industrial, karena

dalam HKI merek merupakan salah satu objek yang dapat dilindungi atau memiliki hak eksklusif berupa hak atas merek. Dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2016 pasal 1 ayat 5 dijelaskan pengertian tentang hak merek

“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.”

Merek pada suatu barang atau jasa yang diperdagangkan oleh perorangan atau badan hukum dapat berpengaruh pada bisnis yang dilakukan, yang mana merek merupakan wajah dari suatu bisnis, dimana dapat membedakan produk atau servis yang dimiliki oleh orang atau badan hukum satu sama lain. Oleh karena itu merek atau brand yang digunakan pada suatu barang atau jasa hendaknya di daftarkan agar tidak terjadi sebuah penggunaan merek atau brand yang sama oleh orang atau badan hukum lainnya.

2. Jenis Merek

Merek yang digunakan oleh perorangan atau badan hukum diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang mana didalamnya terbagi menjadi dua jenis merek yaitu Merek Dagang dan Merek Jasa. Kedua jenis tersebut dijelaskan pada pasal 1 butir 2 dan 3, yaitu:

“Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya”

“Merek Jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau badan orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya”

Dari kedua jenis yang sudah dijelaskan diatas maka dapat dibedaka antara keduanya adalah Merek Dagang memiliki objek berupa produk atau barang yang dipergangkan sedangkan, Merek Jasa memiliki objek berupa sevis atau pelayanan. Adapaun persamaan antara keduanya adalah sama-sama menjadi sebuah pengenal atau identiatas atas sebuah prosuk atau jasa baik itu berupa gambar, tulisan dalam kata, huruf, bunyi, bentuk dll.

3. Fungsi Merek

Hakikat sesungguhnya penggunaan merek pada suatu barang atau jasa adalah untuk melindungi produk atau jasa (servis) yang disajikan. Jadi, suatu merek memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Sebagai tanda suatu barang atau jasa;
- b. Sebagai pembeda dari barang atau jasa yang sejenis;

- c. Sebagai sarana promosi atau pengenalan barang dan/atau jasa yang dipasarkan;
- d. Sebagai pendukung pertumbuhan industri perdagangan.

Menurut Ius Soeryanti, merek memiliki fungsi sebagai pembeda suatu barang atau jasa yang bersangkutan dengan diberikan merek yang mengidentifikasi sebuah tanda, asal, nama, jaminan terhadap mutunya. Sedangkan menurut P. D. D. Dermawan fungsi merek terbagi menjadi tiga diantaranya:

- a. Sebagai indikator kepemilikan produk oleh seseorang atau badan hukum;
- b. Sebagai indikator atas sebuah kualitas yang disuguhkan pada suatu barang atau jasa;
- c. Sebagai indikator pemberian kesan akan menjadi kolektor atau pelopor barang atau jasa tertentu

4. Persyaratan merek

Merek yang akan dijadikan identitas pada sebuah barang atau jasa tidak serta merta dapat digunakan dengan sembarangan atau berasal dari segala unsur, melainkan harus memperhatikan beberapa aspek. Hal tersebut dijadikan sebagai syarat suatu merek yang boleh dan tidak boleh untuk digunakan sehingga merek tersebut dapat diterima dan dipakai sebagai merek pada barang atau jasa. Syarat merek yang paling umum dan mutlak ialah harus memiliki daya pembeda yang cukup atau menonjol. Dapat diartikan, tanda atau bentuk

yang menjadi merek pada barang atau jasa yang dipakai haruslah dibentuk atau digambarkan dengan sedemikian rupa, sehingga memiliki perbedaan yang kuat atau menonjol dengan merek yang sejenis.

Persyaratan penggunaan merek pada suatu barang atau jasa yang akan dipublikasikan atau diperdagangkan menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis tercantum pada pasal 20, diantaranya adalah:

- a. Merek yang digunakan tidak bertentangan dengan ideology Negara, peraturan perundang-undnagan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum.
- b. Merek yang digunakan bukan merek yang sudah digunakan sehingga memiliki kesamaan secara keseluruahn dengan merek lainnya dan tidak memiliki pembeda sama sekali.
- c. Merek yang digunakan tidak mengandung unsur menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan, bukan merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis
- d. Merek yang digunakan tidak memuat keterangan yang tidak sesuaid engan kualiatas, manfaat, kahsiat dari barang atau jasa yang diproduksi
- e. Merek yang diguankan tidak merupakan nama umum dan/atau lembaga miliki umum.

Merek pada suatu barang atau jasa yang digunakan selama tidak bertentangan dengan persyaratan yang sudah dijelaskan dan dipaparkan diatas, maka merek atau *brand* pada barang atau jasa dapat digunakan.

5. Pelanggaran merek

Di zaman sekarang ini, banyak orang yang melakukan persaingan usaha secara tidak sehat walaupun usaha tersebut merupakan tindakan yang melanggar hukum. Banyak sudah tindakan pelanggaran hukum dibidang Hak Kekayaan Intelektual atau HKI seperti mengumumkan, memperbanyak, membajak, meniru, dan mendompeng kepopuleran ciptaan atau merek orang lain dengan tanpa hak.

Pelanggaran merek yang dilakukan oleh oknum tertentu memiliki tujuan 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 lain yang hak-haknya telah dilindungi sebelumnya.

Praktik pelanggaran merek dapat dilakukan oleh oknum dengan berbagai cara diantaranya ialah:

a. Praktik Peniruan Merek Dagang

Praktik peniruan merek dagang merupakan kegiatan mempergunakan merek yang sudah terdaftar dan terkenal yang kemudian merek tersebut digunakan pada produk yang

diproduksinya. Hal tersebut menimbulkan kesan keada khalayak ramai, seakan-akan barang atau jasa yang diroduksinya sama dengan barang atau jasa yang terkenal.

b. Praktik Pemalsuan Merek Dagang

Praktik pemalsuan merek dagang merupakan cara berdagangan dengan memproduksi barang-barang dengan mempergunakan merek yang sudah dikenal secara luas oleh masyarakat.

c. Mengacaukan publik berkenaan dengan sifat dan asal usul merek

Berupaya dengan cara mencantumkan keterangan tentang sifat dan asal usul barang tersebut memiliki kualitas yang baik karena berasal dari daerah pengasil barang yang bermutu.

Dari penjelasan pelanggaran atas merek yang sering terjadi pada masyarakat saat ini, maka perlu dan pentingnya merek untuk dilindungi. Ada beberapa alasan bahwa merek yang dimiliki haruslah dilindungi dengan cara didaftarkan, yaitu:

- a. Untuk melindungi reputasi bisnis
- b. Untuk melindungi konsumen dari penipuan
- c. Untuk mencegah pembelian barang atau jasa yang tidak terpercaya keroriginalnya
- d. Hak eksklusif dalam pasar ekspor memiliki posisi pasar yang kuat
- e. Bisa sebagai upaya pemngembalian investasi
- f. Kesempatan untuk melisensi atau menjual

- g. Meningkatkan kekuatan dalam bernegosiasi
- h. Memberikan *image* yang positif bagi perusahaan
- i. Meningkatkan kesempatan untuk memperoleh konsumen dari produk dan jasa.

Adapun beberapa manfaat dari perlindungan merek yaitu:

- a. merek dapat menghasilkan *income* bagi perusahaan melalui lisens, penjualan, komersialisasi dari merek yang dilindungi
- b. merek dapat meningkatkan nilai atau jaminan di mata investor dan institusi keuangan
- c. dalam penjualan atau *merger asset* merek dapat meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan.
- d. Merek meningkatkan *performance* dan *competitiveness*/daya saing
- e. Dengan pendaftaran merek membantu perlindungan dan penegakan haknya.

E. Hak Merek Dalam Islam

Hak merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual dan hak kekayaan industrial yang perlu untuk dilindungi. Majelis ulama Indonesia (MUI), dalam Musyawarah Nasional VII MUI pada 19 -22 Jumadil Akhir 1426 H/ 26-29 Juli 2006 M mengeluarkan Fatwa MUI Nomor; 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Fatwa tersebut dibuat dan dikeluarkan oleh MUI guna mengatur tentang sebuah perilaku atau situasi yang saat ini sangat marak terjadi yakni pelanggaran terhadap Hak Kekayaan Intelektual yang dapat berakibat meresahkan, merugikan, dan membahayakan banyak pihak terutama pemegang hak, Negara dan masyarakat.

Pada fatwa tersebut merek atas sebuah barang atau jasa merupakan hak-hak khusus yang dimiliki oleh pemiliknya, yang dalam abad modern ini, hak-hak seperti itu mempunyai nilai ekonomis yang diakui orang sebagai kekayaan. Oleh karena itu, hak-hak seperti itu tidak boleh dilanggar. Hak atas merek yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh Negara Republik Indonesia kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain yang menggunakannya.

Pada dasarnya perlindungan atas merek dalam syariat islam kembali kepada perlindungan atas harta dan hak milik. Islam sangat menghormati harta dan hak milik. Kaitannya dengan islam menjaganya dengan cara mengisyaratkan dengan berbagai macam transaksi seperti jual beli, sewa menyewa, pergadaian, sebagaimana Allah mengharamkan riba, penipuan, pencurian, dan mewajibkan hukum potong tangan bagi pencuri. Menurut ulama terdapat empat ciri harta yakni:

- a. Harus memiliki nilai
- b. Harus merupakan barang yang boleh dimanfaatkan
- c. Harus dimiliki dan

d. Bisa disimpan.

Keempat hal diatas berbeda dengan cahaya dan udara karena keduanya dapat digunakan dengan bebas walaupun keduanya merupakan sesuatu yang bernilai dan bermanfaat tentu hal tersebut tidak dapat dipandang sebagai harta.

Dalam islam kepemilikan atau pemanfaatn suatu materi, islam memiliki konsep, bahwa terdapat dua materi yaitu: *pertama*, materi yang *real*, contohnya merek dagang, barang dagangan, produk industry. *Kedua*, materi yang *abstrak*, misalnya teori-teori ilmiah, ide-ide kreatif tentang suatu rencana inovatif yang masih tersimpan di dalam otak seseorang pakar. Apabila seseorang memiliki kuasa atas ebautu konsep harta pada jenis pertama seperti merek daganga, maka seorang indivisu boleh memilikinya, dan diberikan perlindungan kepadanya agar tidak sampai orang lain melanggar hak-haknya.

1. Dasar Hukum Hak Merek

- a. Firman Allah SWT tentang larangan memakan harta orang lain secara batil (tanpa hak) dan larangan merugikan harta maupun hak orang lain, antara lain:

تِجَارَةً تَكُونَ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْيُهَا
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ ۖ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا ۖ مِنْكُمْ تَرَضٍ عَنْ

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman. Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan perdagangan yang berlkau atas dasar suka sama suka di antara kamu.

Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya, Allah maha penyayang kepadaamu” (An-Nisa’; ayat 29)

فَرِيْقًا لِّتَأْكُلُوْا الْحُكَّامَ اِلَىٰ بِهَا وَتُدْلُوْا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ اَمْوَالَكُمْ تَأْكُلُوْا وَلَا
تَعْلَمُوْنَ وَاَنْتُمْ بِالْاِثْمِ النَّاسِ اَمْوَالٍ مِّنْ

Artinya: “ *Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang baril, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.*” (Al-Baqarah; ayat 188)

مُّفْسِدِيْنَ الْاَرْضِ فِي تَعْتُوْا وَلَا اَشْيَاءَهُمْ النَّاسِ تَبْخَسُوْا وَلَا

Artinya: “*Dan Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi*” (Asy-Syu’ara’; ayat 183)

b. Hadist-hadist Nabi Berenana tentang harta kekayaan, antara lain:

Hadis riwayat Bukhori:

“*Barang siapa meninggalkan harta (kekayaan), maka (harta itu) untuk ahli warisnya, dan barang siapa meninggalkan keluarga (miskin), serahkan kepadaku*” (H. R Bukhori)

Hadis riwayat Al-Tarmidzi:

“Sesungguhnya darah (jiwa) dan hartamu adalah haram (mulia dilindungi). (H. R al-Tarmidzi)

Hadist Nabi Riwayat Ibnu Majah dari ‘Ubaidah bin Shamit, Riwayat Ahmad dari Ibnu ‘Abbas dan malik dari Yahya:

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

“Tidak boleh membahayakan (merugikan) diri sendiri dan tidak boleh pula mambahayakan (merugikan) orang lain”

c. Qawaid Fiqh.

الضَّرُّ يُرْزَالُ

“Barang (kerugian) harus dihilangkan”

لِحِ الْمَصَا حَلْبِ عَلَى مُقَدَّمِ الْمَفَاسِدِ دَرءُ

“menghindarkan mafsadat didahulukan atas mendatangkan masalah”

2. Perlindungan Hak Merek Dalam Islam

Perlindungan hak merek dalam islam didasarkan pada penjelasan tentang konsep harta kekayaan dalam islam, khususya dalam segi perlindungan hukmnnya yang mana dipaparkan melalui penjelasan berikut ini, bahwa harrrta taua kekayaan dalam istilah para ahli fiqih adalah sesuatu yang mempunyai nilai, perusakannya dikenakan ganti rugi walaupun sedikit, dan

segala sesuatu yang tidak dibuang manusia. Dari penjelasan diatas maka harta bukannya barang atau benda melainkan juga jasa yang memiliki nilai.

Kekayaan atau harta ditinjau dari perlindungannya, para ahli fiqih menjelaskan bahwa perlindungan kekayaan atau harta dibagi menjadi dua yaitu; (1) *al-mal mutaqawwin* (bernilai), adalah harta yang diperbolehkan untuk dimanfaatkan dan memiliki sifat eksklusifitas, seperti rumah, makan, ternak, kendaraan dll; (2) *al-mal ghair mutaqawwin* (tidak bernilai), adalah harta yang tidak boleh dimanfaatkan kecuali dalam keadaan terpaksa seperti arak, dan babi, dan harta yang belum memiliki hak eksklusifitas, seperti ikan dama sungai, burung di udara, emas dll. Kedua konsep harta tersebut tidak memiliki perlindungan secara khusus, atau tidak termasuk kedalam hak kekayaan intelektual sehingga tidak ada hukum baginya.

Kekayaan atau harta ditinjau dari ketepatan ukurannya terbagi menjadi dua bagian, yaitu; (1) harta yang dapat diukur, seperti harta yang dapat ditimbang, diitung dan diukur dengan tepat, contohnya biji-bijian, minyak, dll. (2) harta yang tidak dapat diukur dengan tepat dan tidak terdapat jenis yang sama dalam satuannya dalam masyarakat, contohnya barang-barang antik, hewan, dan peponnan.

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa islam sangatlah memperhatikan dan melindungi harta yang menjadi hak seseorang. Islam melarang pengambilan harta yang menjadi hak seseorang. Perihal hak merek, islam sendiri telah mengakui tentang adanya hal tersebut, karena dipandang sebagai

harta kekayaan atau sesuatu yang bernilai materiil serta halal kepemilikannya. Perlindungan terhadap hak suatu merek dagang merupakan bentuk kepemilikan harta yang diakui diperbolehkan *syari'*. Maka merek dagang juga termasuk harta dan hak milik yang dilindungi dalam islam.

Perlindungan atas sebuah harta berupa merek dagang dalam islam sesuai dengan prinsip syariah yakni *maqasid syariah* (tujuan syara') yaitu untuk menciptakan seadilan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal muamalah.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menurut Suharsini merupakan penjelasan mengenai prosedur, cara atau proses dari penelitian. Metode penelitian adalah cara yang digunakan untuk pengumpulan data penelitian dan dibandingkan dengan standar adanya ukuran yang sudah ditentukan. Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah yang digunakan oleh seseorang pada saat melakukan sebuah penelitian (peneliti) untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pengertian lain mengenai metodologi penelitian adalah serangkaian hukum, aturan, dan tata cara tertentu yang diatur dan ditentukan berdasarkan kaidah ilmiah dalam menyelenggarakan suatu penelitian dalam koridor keilmuan tertentu yang hasilnya dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Tujuan penelitian terbagi menjadi tiga sifat yaitu sifat penemuan, pembuktian, dan pengembangan. Ketiga sifat memiliki hubungan satu sama lain guna menyelesaikan suatu penelitian. Penelitian memiliki sifat penemuan karena tujuan seseorang melakukan penelitian adalah untuk menemukan sesuatu yang baru. Penelitian memiliki sifat pembuktian karena suatu penelitian dapat menuai hasil dengan adanya bukti sehingga penelitian dianggap valid dan benar. Pada penelitian memiliki sifat pengembangan karena setiap penelitian yang dilakukan dapat mengembangkan dan memperluas pengetahuan yang telah ada.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik atau metode penelitian anatar lain, sebagai berikut:

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penyusunan skripsi penulis menggunakan penelitian lapangan atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *field research*, adapun tujuan dari penelitian lapangan ini adalah agar data yang dijadikan sebagai sumber data penelitian yang diperoleh dari narasumber dilapangan atau lokasi penelitian lebih valid dan benar. Penelitian empiris atau *Field Research* merupakan penelitian dimana peneliti terjun secara langsung ke lapangan dan dengan menggunakan data-data atau fakta-fakta yang diperoleh di lapangan.

Penelitian jenis ini memiliki kriteria yang dapat dikumpulkan oleh peneliti yaitu valid. Valid merupakan suatu data yang dikumpulkan oleh peneliti yang menunjukkan data yang benar dan real. Jenis penelitian ini dilaksanakan dengan cara turun langsung ke narasumber/informan guna dimintai keterangan atau wawancara dengan maksud memperoleh sumber informasi dan hasil yang maksimal. Penulis melakukan penelitian secara langsung ditempat yang menjadi obyek penelitian. Penulis melakukan penelitian secara langsung pada obyek yang diteliti yaitu di pasar Roma kota Malang.

B. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan problematika dan kejadian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata dan kalimat yang menjelaskan asanya suatu perilaku dan sikap masyarakat yang diteliti. Sedangkan menurut Sugiyono, Pendekatan kualitatif

adalah proses penelitian lebih bersifat seni, dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

Sehingga dapat pendekatan kualitatif ini menggunakan metode yuridis sosiologis. Metode pendekatan yuridis sosiologis adalah mengidentifikasi dan mengkonsepsikan hukum sebagai institusi sosial yang riil dan fungsional dalam sistem kehidupan yang nyata. Pendekatan tersebut sesuai dengan jenis penelitian yang menggunakan penelitian lapangan untuk mengidentifikasi suatu sistem kehidupan nyata dengan suatu teori hukum.

Pendekatan yang digunakan ini ditujukan guna mencari data yang valid dan detail terkait dengan informasi yang akan melibatkan para penjual dan pembeli di pasar roma/klenteng kota Malang sebagai informan untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang digunakan untuk melakukan penelitian, sesuai dengan data yang dibutuhkan. Sehingga Lokasi penelitian merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam melakukan penelitian dengan jenis penelitian empiris, karena penelitian tersebut terjadi secara nyata atau real.

Dan lokasi penelitian yang di pilih penulis adalah pasar roma dan lokasi objek penelitian di Jl. Pasar Besar, Sukoharjo, Klojen, Sukun.

D. Jenis dan Sumber Data

Suatu informasi atau keterangan dinyatakan valid dan jelas apabila terdapat data yang dapat mendukung informasi atau keterangan tersebut, sehingga data merupakan bahan atau materi yang sangat dibutuhkan dan penting. Begitupula pada informasi atau keterangan yang akan diberikan oleh penulis melalui skripsi ini diperlukan sumber data sebagai penunjang penelitian. Secara umum, sumber data terbagi menjadi tiga macam yaitu sumber data primer, sumber data sekunder, dan data tersier

Pengertian dari sumber data primer ialah Sumber data primer merupakan bahan yang dijadikan sebagai data pertama dalam penelitian, informasi primer tersebut didapatkan secara langsung dari proses wawancara kepada koresponden. Sedangkan pengertian dari sumber data sekunder yakni informasi diperoleh dari buku-buku, buletin, riset berbentuk laporan, skripsi, tesis. Dan pengertian dari sumber data tersier adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer dan data sekunder.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah ketiga data tersebut, karena jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang mana sebuah penelitian dinyatakan dengan sebuah kejadian yang nyata dan real di lapangan. Sumber data penelitian dibedakan menjadi 3 bagian, yaitu sumber data pertama (primer), sumber data kedua (sekunder), sumber data ketiga (tersier).

1. Data primer

Data primer ialah data pertama yang diperoleh penulis dengan cara terjun langsung ke lapangan. Data yang diterima dan diperoleh oleh penulis berupa hasil wawancara dengan narasumber yang dilakukan secara *face to face* atau bertemu secara langsung. Adapun pihak-ihak yang dijadikan sebagai narumber adalah beberapa penjual dan pembeli yang terdapat pada pasar roma/klenteng kota malang.

2. Data sekunder

Data atau informasi sekunder ialah informasi kedua yang ditemukan oleh periset dengan merode studi kepustakaan ata tidak terjun secara langsung. Adapula bisa melalui sumber lain yang penulis gunakan yaitu berupa buku-buku, jurnal, artikel-artikel, skripsi, atau yang telah diterbitkan baik online maupun offline.

Dalam penelitian ini sumber data sekunder diperoleh dari luteratur-literatur yang berhubungan dengan jual beli, barang palsu, hak merek dan sebagainya.

3. Data tersier

Data tersier adalah data pendukung dari dua data sebelumnya yakni data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini yang merupakan data tersier adalah sebuah data yang berasal dari kamus, ensiklopedia, dan data lain yang mendukung data primer dan data sekunder.

E. Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada jenis penelitian kualitatif dengan jenis penelitian empiris terdapat beberapa macam, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara yaitu prosedur berhungan yang dicoba oleh kedua belah pihak ataupun lebih, dimana kedua belah pihak yang nampak mempunyai hak yang sama dalam bertanya serta menanggapi ataupun memperoleh data dengan metode bertanya langsung kepada informan

Konsep dari adanya kegiatan wawancara yaitu guna memperoleh data yang valid dan aktual, sehingga kegiatan tersebut dilakukan dengan cara santai dan tidak terstruktur serta tidak adanya daftar pertanyaan yang telah dibuat sebelumnya. Meskipun dalam kegiatan wawancara ini tidak terstruktur dan tidak memiliki daftar pertanyaan, bukan berarti wawancara dilakukan dengan begitu saja dan tanpa arah. Kegiatan wawancara ini tetap memperhatikan dan menggunakan pedoman atau patokan guna meminimalisir adanya kesalahan, ekeliruan informasi dan kehabisan pertanyaan. Akan tetapi menggunakan teknik *deep interview* guna untuk menggali pertanyaan kepada informan secara mendalam.

Dalam hal ini, peneliti mengajukan pertanyaan seputar pengetahuan penjual dan pembeli mengenai barang palsu yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tentang Hak Merek di lingkungan pasar roma/klenteng kota Malang.

2. Dokumentasi

Tatacara dokumentasi yaitu salah satu tatacara pengumpulan informasi dan menganalisa sejumlah dokumen yang terkait dengan masalah penelitian. serta dapat mengabadikan momen dan gambaran lokasi penelitian dan data ketika penulis melakukan praktik wawancara dengan beberapa informan yaitu penjual dan pembeli di pasar roma/klenteng kota Malang.

Dengan ke-dua teknik pengumpulan data diatas dirasa perlu data pendukung lainnya. Data pendukung lainnya dapat berupa studi kepustakaan. Studi kepustakaan merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan cara membaca dan memahami literatur-literatur baik berupa *online* atau *offline* yang memiliki kaitan dengan konflik yang diangkat oleh penulis.

F. Metode Pengelolaan Data

Pasca informmasi diproses, hingga berlanjut pada tahapan pengelolaan informasi. Hal ini dilakukan agar terhindar dari banyaknya kekeliruan dan juga mempermudah dalam memahami data sehingga memperoleh hasil yang valid dan optimal. Metode pengelolaan data yang dilakukan dalam riset ini meliputi sebagian upaya, antara lain:

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Tahap *editing* merupakan tindakan meneliti bahan-bahan atau data yang telah didapat terkait dengan isi data yang telah dikumpulkan oleh pencari data.

2. Klasifikasi Data (*classifying*)

Tahap klasifikasi merupakan tindakan yang memiliki tujuan untuk menggolongkan data yang sesuai dengan kategori yang akan diteliti oleh penulis, sehingga dapat menghasilkan sebuah penelitian yang sistematis dan terstruktur. Pada metode ini penulis melakukan pemilihan atas sebuah data dengan cara mengklasifikasikan serta menyusun data yang diperoleh dari narasumber. Tujuan yang hendak dicapai dalam metode ini adalah agar penulis lebih mudah mengkaji, menganalisis dan menyelaraskan pokok pembahasan dengan data yang telah didapat sebelumnya.

3. Verifikasi Data (*verifying*)

Verifikasi yaitu pembuktian kevaliditasan data yang terkumpul. Verifikasi merupakan memeriksa kembali data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi kepada para penjual dan pembeli di pasar roma/klenteng kota Malang

4. Analisis Data (*analyzing*)

Jawaban atas sebuah permasalahan pada penelitian dapat ditemukan dengan proses analisis data. Tahapan analisis data adalah tahapan yang paling inti atau vital, karena pada tahapan ini peneliti melakukan upaya untuk memecahkan suatu permasalahan yang terjadi di pasar roma/klenteng kota Malang. Adapun proses analisis merupakan cara untuk mengkorelasikan atau menyelaraskan antara kejadian yang terjadi dilapang dengan sebuah teori yang dirasa cocok dan memiliki hubungan satu sama lain. Di sini terjadi dialektika antara teori dengan data informasi.

5. Kesimpulan (*concluding*)

Pada tahapan akhir ini, peneli memberikan kesimpulan dan pandangan atas suatu hasil penelitian sehingga memudahkan peneliti untuk menemukan jawaban. Kesimpulan merupakan ringkasan dari analysis hasil penelitian sehingga dapat dijadikan suatu penejelasan yang lebih singkat, padat, dan jelas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Peraktik Penjualan Barang Palsu di pasar Roma Kota Malang ditinjau dalam Undang undang Nomor 20 tahun 2016 Tentang Hak Merek.

Kota Malang terkenal dengan wisata yang sangat memukau dari berbagai macam wisata seperti pantai, pulau, air terjun dan tak lupa juga dengan wisata yang terletak tidak jauh dari balai kota atau stasiun kereta api seperti wisata kampung jodipan dan wisata pasar roma atau yang disebut pasar klenteng atau lebih tepatnya pasar ini berlokasi di Jl. Pasar Besar, Sukoharjo, Klojen, Sukun. Pasar ini sudah ada sejak lama yaitu berdiri pada tahun 1980 bagi yang bermukim atau asli penduduk Kota Malang pastinya tidak asing mendengar tentang Pasar Roma. Pasar Roma ini juga merupakan wisata bagi traveler yang termasuk orang dari luar malang untuk melihat atau bisa membeli suatu barang di tempat ini. Namun pada masa dulu Pasar Roma juga disebut Pasar Maling lantaran sebagian barang terjual oleh pedagang disini merupakan hasil curian. Memang, ada beberapa cerita dari kalangan masyarakat yang mencari barang hilang dan ditemukan di pasar klenteng dijual oleh penjual. Akan tetapi itu semua sudah menjadi masa lalu dan cerita tongkrongan masyarakat Kota Malang.

Pasar ini mulai beroperasi dari pukul 19.00 sampai jam 22.00. Jadi untuk penduduk Kota Malang asli tak jarang akan menginakan kaki di tempat ini dengan melihat berbagai macam barang yang dijual oleh penjual yang terletak di pinggir terotoar atau di depan ruko yang sudah tutup, namun untuk saat ini dengan adanya

Covid -19 penjual di pasar Roma mengurangi jam operasional yang hanya sampai pukul 21.00. Pasar Roma sekarang banyak menjual barang yang dibawah kualitas standard dan harga dibawah standard. Maka dari itu penulis disini akan membahas mengenai Budaya Hukum Masyarakat Dalam Penjualan Barang Palsu yang merujuk pada peraturan tentang Hak Merek dan akan di imbangi dengan Hukum Islam yang berlaku. Dalam hal ini jual beli di dalam pasar klenteng merupakan jual beli yang besifat seperti jual beli dengan pertukaran barang dengan uang yang merupakan suatu ikatan antara penjual dan pembeli.

Pasar Roma sendri merupakan tempat berbagai macam penjualan barang para pedagang di pasar tersebut yang menjual barang palsu dan bajakan merupakan orang asli atau perantauan. penulis mewawancarai sebanyak (tujuh) penjual dari (sepuluh) penjual yang ada di Pasar Roma. Tiga penjual tidak bersedia diwawancara karena alasan tertentu. Peneliti juga mewawancara beberpa pembeli atau peminat yang berkontribusi atas penjualan barang barang yang terdapat di Pasar Roma tersebut.

Di Pasar Roma terdapat penjual yang mempunyai jasa penukaran barang jika pembeli merasa barang tersebut tidak cocok setelah di beli tanpa adanya harga tambahan dari penukaran barang tersebut terkecuali bertukarnya barang berbeda dari segi ukuran dan bahan. Akan tetapi dalam hal ini penjual menawarkan barang yang bisa disebut dengan barang palsu yang di bawah kualitas standard dan membawa merk merk yang mendunia antara lain dalam hal penjualan tersebut seperti : tas kecil atau biasa disebut dengan waistbag, sepatu, sandal, topi dan ikat

pinggang atau sabuk. Pengertian peraturan mengenai Hak Merek terdapat dalam Pasal 1 yang menjelaskan sebagai berikut :

- a. 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 Zatau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/ atau jasa.
- b. Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sarna atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.

Adapun peraturan yang menjelaskan mengenai sanksi pelaku pemalsuan hak merek terdapat dalam peraturan Undang-undang Hak Merk Pasal 100-102 menjelaskan tentang sanksi yang melakukan pelanggaran terhadap penjualan barang atau jasa dengan penggunaan merek orang lain.

- a. 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 banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- b. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan,

dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

- c. Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
- d. Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan atau jasa dan atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan atau jasa dan atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
- e. Firman Allah SWT tentang larangan memakan harta orang lain secara batil (tanpa hak) dan larangan merugikan harta maupun hak orang lain, antara lain:

تِجَارَةٌ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِّنْكُمْ تَرْضَى عَنْ

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman. Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu

membunuh dirimu. Sesungguhnya, Allah maha penyayang kepadaamu” (An-Nisa’; ayat 29)

فَرِيْقًا لِّتَأْكُلُوْا الْحُكَّامِ اِلَىٰ بِهَا وَتُدْلُوْا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ اَمْوَالَكُمْ تَأْكُلُوْا وَلَا
تَعْلَمُوْنَ وَاَنْتُمْ بِالْاِثْمِ النَّاسِ اَمْوَالٍ مِّنْ

Artinya: “ Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang baril, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.” (Al-Baqarah; ayat 188)

مُفْسِدِيْنَ الْاَرْضِ فِي تَعْتُوْا وَلَا اَشْيَاءَهُمُ النَّاسِ تَبْخُسُوْا وَلَا

Artinya: “Dan Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi” (Asy-Syu’ara’; ayat 183)

a. Hadist-hadist Nabi Berenana tentang harta kekayaan, antara lain:

Hadis riwayat Bukhori:

“Barang siapa meninggalkan harta (kekayaan), maka (harta itu) untuk ahli warisnya, dan barang siapa meninggalkan keluarga (miskin), serahkan kepadaku” (H. R Bukhori)

Hadis riwayat Al-Tarmidzi:

“Sesungguhnya darah (jiwa) dan hartamu adalah haram (mulia dilindungi).
(H. R al-Tarmidzi)

- b. Hadist Nabi Riwayat Ibnu Majah dari ‘Ubaidah bin Shamit, Riwayat Ahmad dari Ibnu ‘Abbas dan malik dari Yahya:

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

“Tidak boleh membahayakan (merugikan) diri sendiri dan tidak boleh pula membahayakan (merugikan) orang lain”

Ayat Al-qur’an diatas merupakan dasar hukum mengenai Hak Merek dan dapat disimpulkan sebagaimana islam sangatlah memperhatikan dan melindungi harta yang menjadi hak seseorang. Islam melarang pengambilan harta yang menjadi hak seseorang. Perihal hak merek, islam sendiri telah mengakui tentang adanya hal tersebut, karena dipandang sebagai harta kekayaan atau sesuatu yang bernilai materil serta halal kepemilikannya. Perlindungan terhadap hak suatu merek dagang merupakan bentuk kepemilikan harta yang diakui diperbolehkan *syari’*. Maka merek dagang juga termasuk harta dan hak milik yang dilindungi dalam islam. Perlindungan atas sebuah harta berupa merek dagang dalam islam sesuai dengan prinsip syariah yakni *maqasid syariah* (tujuan syara’) yaitu untuk menciptakan keadilan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal muamalah.

- a. Nilai dan sikap pedagang
1. Rasa apatis/ lalai terhadap peraturan

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketujuh pedagang hampir semuanya mengatakan bahwa dalam melakukan perdagangan barang palsu

tersebut mereka apatis atau abai terhadap adanya peraturan yang mengatur tentang penjualan barang palsu. Mereka meyakini bahwa perdagangan tersebut adalah hal yang lumrah dan tidak memahami bahwa terdapat pelanggaran dan sanksi yang dapat mengancam mereka

2. Barang mudah diperjual belikan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ke tujuh pedagang mengenai alasan mereka melakukan penjualan barang palsu mereka menjawab bahwa barang palsu mudah diperjual belikan. Barang palsu tersebut mudah diperjual belikan karena dari segi harga jauh lebih terjangkau daripada merek aslinya, sehingga pemasaran menjadi lebih luas sampai masyarakat kalangan bawah. Dalam hal ini masyarakat kalangan menjadi target pemasaran utama bagi para pedagang pasar Roma. Barang tersebut mudah diperjual belikan dikarenakan para pedagang tidak perlu repot untuk survey pada pembeli, dan melakukan pengembangan produk atau prosedur lain yang dilakukan divisi produk untuk pengembangan produk agar mudah diterima di masyarakat. Bahkan mereka juga tidak perlu repot mendaftarkan produk mereka ke Dirjen HAKI dan mengeluarkan beberapa biaya untuk membangun branding. Tanpa melewati serangkaian proses bisnis yang seharusnya dilakukan, mereka langsung menjual produk tersebut dan langsung diterima masyarakat karena produk tersebut memiliki merek yang sudah terkenal namun dengan kualitas dan kuantitas yang berbeda. Para pedagang juga menyampaikan bahwa mereka tidak memperhatikan peraturan yang berlaku. Mereka meyakini bahwa

perdagangan tersebut adalah hal yang lumrah dan tidak melanggar hukum. Mereka tidak menyadari bahwa terdapat sanksi yang mengancam pelanggaran tersebut. Sikap seperti demikian mencerminkan sikap abai dan apatis.

b. Nilai dan sikap Pembeli

1. Apatis atau abai

Berdasarkan hasil wawancara dengan pembeli mereka abai atau apatis terhadap pertauran yang melarang untuk penjualan barang palsu. Hasil wawancara dengan para pembeli mengatakan bahwasannya untuk membeli suatu produk ber merek yang relatif murah dan hampir seperti aslinya mereka tidak memikirkan tentang peraturan yang tertera. Dalam hal ini untuk membeli suatu produk yang diperjual belikan di pasar Roma tentunya sah-sah saja asalkan pedagang dan pembeli saling menyetujui atas kesepakatan terjualnya produk tersebut.

2. Harga Barang Terjangkau

Berdasarkan hasil wawancara dengan pembeli. Mereka membeli barang palsu dikarenakan harganya lebih terjangkau daripada harga asli barang tersebut. Selain itu karena barang-barang palsu yang diperjual belikan di pasar Roma adalah kebutuhan sehari-hari yang menyesuaikan dengan anggaran belanja mereka. Mengingat di masa pandemi mereka kesulitan untuk mendapatkan barang-barang yang mereka butuhkan maka membeli barang di pasar Roma adalah salah

satu solusi bagi mereka karena mendapatkan barang yang menurut mereka dari segi kualitas tidak berbeda dengan aslinya dan harganya terjangkau.

3. Tersedia berbagai macam kebutuhan .

Hasil wawancara dengan pembeli, mereka mengatakan bahwasannya terdapat berbagai jenis barang , dari jenis barang seperti sepatu untuk olahraga dan sepatu untuk traveller dan perlengkapan-perengkapan sehari hari terdapat dalam penjualan para pedagang di pasar Roma.

Dalam hal ini nilai dan sikap para pedagang dan pembeli merupakan sikap yang abai terhadap hukum. Padahal kita ketahui bersama bahwa sebagai warga negara salah satu kewajibannya adalah mengetahui hukum yang berlaku terutama apabila kita melakukan jual beli wilayah negara Republik Indonesia maka kita harus mengetahui dan mematuhi peraturan yang berkaitan dengan jual beli di wilayah Republik Indonesia. Oleh karenanya sikap abai atau apatis dari para pedagang dan pembeli tersebut adalah termasuk sikap yang tidak patuh terhadap hukum karena mereka mengabaikan hukum yang seharusnya sebagai warga negara sudah otomatis wajib mengetahui hukum yang berlaku.

Aspek – aspek diatas merupakan elemen penting dalam sebuah sistem hukum karena dapat menentukan bekerjanya sistem hukum atau patuh atau tidak patuhnya individu atau kelompok terhadap hukum. Dari penjabaran diatas dapat kita disimpulkan ketidak patuhan pembeli dan pedagang dalam penjualan barang palsu

di pasar Roma dapat dikategorikan bahwa tidak sesuai dengan Undang-Undang Hak Merek pada pasal 100 yang disebutka bahwasannya “Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

B. Alasan pedagang memperjual belikan Barang Palsu di pasar Roma Kota Malang

Pasar Roma sendiri merupakan tempat berbagai macam penjualan barang para pedagang di pasar tersebut yang menjual barang palsu dan bajakan merupakan orang asli atau perantauan. penulis mewawancarai sebanyak (tujuh) penjual dari (sepuluh) penjual yang ada di Pasar Roma. Tiga penjual tidak bersedia diwawancara karena alasan tertentu. Peneliti juga mewawancara beberpa pembeli atau peminat yang berkontribusi atas penjualan barang barang yang terdapat di Pasar Roma tersebut. Di Pasar Roma terdapat penjual yang mempunyai jasa penukaran barang jika pembeli merasa barang tersebut tidak cocok setelah di beli tanpa adanya harga tambahan dari penukaran barang tersebut terkecuali bertukarnya barang berbeda dari segi ukuran dan bahan.

Akan tetapi dalam hal ini penjual menawarkan barang yang bisa disebut dengan barang palsu yang di bawah kualitas standard dan membawa merk merk

yang mendunia antara lain dalam hal penjualan tersebut seperti : tas kecil atau biasa disebut dengan waistbag, sepatu, sandal, topi dan ikat pinggang atau sabuk.

Alasan para pedagang memperjual belikan barang palsu merupakan faktor penting dalam menanggapi perdagangan barang palsu yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek sebagaimana dalam praktiknya diatas juga dijelaskan mengenai sanksi bagi pelaku pedagang barang palsu. Maka dalam hal ini penulis melakukan wawancara mengenai alasan pedagang memperjual belikan barang palsu

Hasil wawancara dengan para pedagang menyatakan bahwasannya terdapat berbagai macam faktor yang membuat para pedagang melakukan penjualan barang palsu. Beberapa faktor tersebut disebutkan para pedagang dengan adanya faktor tersebut para pedagang sulit untuk mendapatkan penghasilan yang mencukupi untuk kebutuhan sehari hari. Dalam hal ini pembeli juga tidak lupa untuk di wawancara terkait pembelian barang palsu tersebut. Sama halnya dengan para pedagang, pembeli menyebutkan bahwa beberapa faktor mendorong pembeli melakukan pembelian terhadap barang palsu tersebut. Penulis melakukan wawancara terhadap tujuh dari sepuluh pedagang yang bersedia untuk diwawancara mengenai alasan mengapa para pedagang melakukan penjualan barang palsu yang notabnya penjualan seperti ini sudah di atur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Cipta. Beberapa faktor dari pedagang pasar Roma antara lain:

1. Faktor ekonomi

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang bisa disimpulkan bahwasannya ekonomi sendiri merupakan pendapatan yang utama bagi seorang manusia terlepas dari bagaimana cara untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari masyarakat lingkungan Pasar Roma sebagian besar merupakan masyarakat yang bergerak dalam bidang usaha atau bisa disebut Wirausaha seperti toko kelonotong, grosir sembako, ataupun grosir kain suatu pakaian, dan juga pedagang. Kebanyakan yang mengadu nasib di pasar Roma yaitu orang-orang yang status kependudukannya asli kota Malang sekitar Pasar Roma. Apalagi dengan keadaan yang seperti ini pasti yang dirasakan wirausaha sangat sulit untuk mendapatkan suatu penghasilan yang lebih dikarenakan adanya Covid-19 pedagang di Pasar Roma pun juga merasakan dampak dari adanya wabah penyakit ini. Akan tetapi dalam hal ini penulis tidak menjelaskan dampak dari Covid 19 tetapi membahas tentang terbentuknya budaya masyarakat yang menjual barang palsu dan bajakan yang mengakibatkan tidak imbangnya suatu tata-tatanan hukum yang sudah berlaku di Indonesia. Ekonomi menjadi faktor utama seseorang melakukan suatu perbuatan yang dikatakan oleh narasumber bahwa kegiatan perdagangan dengan memperjual belikan barang dibawah harga dan kualitas normal atau standard itu menjadi mudah dan tidak harus merogoh isi dompet dan pastinya tempat juga terjangkau. Apalagi perdagangan yang dilakukan di pasar Roma merupakan perdagangan memperjual belikan merk-merk terkenal yang mendunia dengan bentuk barang seperti tas waistbag, sepatu, topi dan ikat pinggang. Dalam hal ini narasumber juga mengatakan

bahwasannya memperjual belikan barang seperti ini sangat mudah untuk di minati oleh pembeli selain dari harganya yang tidak terlalu mahal dan tempatnya juga terjangkau untuk masyarakat lingkup Kota Malang. Pedagang juga menyebutkan melakukan suatu perdagangan tidak harus memperhatikan peraturan seperti Undang-Undang tentang Hak Merek melainkan bagaimana kita mendapatkan modal yang halal pasti akan mendapatkan keuntungan atau laba yang halal juga. Menurut mereka jika perdagangan yang bermodalkan dengan keuangan yang jelas sumbernya maka perdagangan tersebut sah-sah saja menurut mereka. Dalam hal ini sangat tidak sesuai dengan Undang-Undang Hak Merek dan terdapat juga sanksi yang mengancam para pedagang jika melakukan perdagangan barang palsu seperti ini terus menerus.

2. Kurangnya kesadaran Hukum Masyarakat (Rasa Apatitis)

Masyarakat melakukan penjualan barang palsu dikarenakan kurangnya wawasan atau pengetahuan tentang hukum yang telah di atur di Undang-undang. Dari hasil wawancara oleh penulis penjual merupakan orang yang paham dengan aturan Undang-undang akan tetapi dalam hal untuk penjualan narasumber tidak berfikir sampai disitu. Karena mereka menganggap bahwasannya jika ingin melakukan suatu penjualan atau perdagangan hanya membutuhkan modal dan usaha selebihnya dan yang terpenting akad jelas dan halal. Penjual setuju pembeli setuju dari situ mereka menganggap penjualan tersebut adalah penjualan yang sah. Penjual juga menjelaskan bahwasannya tidak ada himbauan dari pemerintah untuk penjualan suatu barang tertentu selain barang palsu dan bajakan. Dari narasumber pembeli juga mengatakan

bahwasannya sah-sah saja jika kita melakukan pembelian sebagaimana kita juga membantu para pedagang yang memang dalam hal ini juga masih mengalami hal kesulitan ekonomi. Maka dari itu kesadaran hukum masyarakat sebagai pembeli juga kurang, karena jika ingin membeli suatu barang atau kebutuhan dan perlengkapan untuk keluarga jika ada yang lebih terjangkau harganya bisa di minati dan tidak menguras kantong para pembeli. Dari segi kualitas memang sangat tidak memuaskan, akan tetapi jika pembeli juga merasakan faktor yang dengan penjual maka sah-sah saja jika kita membeli barang tersebut.

Untuk pembeli penulis juga melakukan wawancara yang bisa disimpulkan bahwasannya para pembeli mengakui bahwasanya membeli barang yang terbilang murah tidak harus melihat peraturan yang berlaku karena jika pembelian dilakukan dengan akad suka sama suka antara pembeli dan pedagang maka terbilang sah-sah saja. Akan tetapi beberapa faktor yang mendorong pembeli melakukan pembelian barang palsu antara lain yaitu :

1. Faktor ekonomi

Ekonomi dalam hal ini merupakan faktor yang penting dalam kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan sandang dan pangan untuk kehidupan sehari-hari. Memenuhi kebutuhan sehari-hari tidaklah mudah untuk masyarakat yang mempunyai penghasilan tidak tetap atau terbilang cukup rendah. Apalagi dalam beberapa tahun terakhir ini ekonomi sangat menurun dan banyak para pekerja terkena PHK. Dalam hal ini masyarakat untuk

memenuhi kebutuhan sehari-hari harus sigap untuk memilah kebutuhan sandang yang terbilang cukup murah dan mudah untuk didapatkan maka dari itu hasil wawancara dengan para peminat barang palsu atau pembeli barang palsu menyebutkan bahwasannya barang yang diperjual belikan di pasar Roma merupakan barang yang cukup untuk keperluan setiap harinya tidak perlu merogoh kantong atau menguras dompet untuk mendapatkan barang yang ber merek terkenal dengan harga di bawah harga pasar. Pembeli yang diwawancara juga mengakui bahwa dari segi kualitas tidak bisa dibandingkan dengan barang yang asli atau orisinal. Akan tetapi melakukan pembelian barang palsu yang diperdagangkan di pasar Roma cukup untuk memuaskan keinginan para pembeli yang menginginkan barang asli dengan iming-iming dari para pedagang yaitu barang tersebut bersifat premium.

2. Kurangnya kesadaran Hukum Masyarakat (Rasa Apatis)

Masyarakat melakukan pembelian barang palsu dikarenakan kurangnya wawasan atau pengetahuan tentang hukum yang telah di atur di Undang-undang. Dari hasil wawancara oleh penulis beberapa pembeli mengatakan ada yang mengetahui tentang adanya peraturan yang mengatur terkait penjualan barang palsu dan ada yang memang tidak mengetahui adanya peraturan yang mengatur terkait penjualan barang palsu. beberapa merupakan orang yang paham dengan aturan Undang-undang akan tetapi dalam hal untuk penjualan narasumber tidak berfikir sampai disitu. Karena mereka menganggap bahwasannya jika ingin melakukan suatu pembelian maka pembeli harus menyiapkan dana yang cukup dan yang terpenting akad jelas dan halal. Penjual

setuju pembeli setuju dari situ mereka menganggap penjualan tersebut adalah penjualan yang sah. Penjual juga menjelaskan bahwasannya tidak ada himbauan dari pemerintah untuk penjualan suatu barang tertentu selain barang palsu dan bajakan. Dari narasumber pembeli juga mengatakan bahwasannya sah-sah saja jika kita melakukan pembelian sebagaimana kita juga membantu para pedagang yang memang dalam hal ini juga masih mengalami hal kesulitan ekonomi. Maka dari itu kesadaran hukum masyarakat sebagai pembeli juga kurang, karena jika ingin membeli suatu barang atau kebutuhan dan perlengkapan untuk keluarga jika ada yang lebih terjangkau harganya bisa di minati dan tidak menguras kantong para pembeli. Dari segi kualitas memang sangat tidak memuaskan, akan tetapi jika pembeli juga merasakan faktor yang dengan penjual maka sah-sah saja jika kita membeli barang tersebut.

3. faktor lingkungan

Terbiasa dengan hidup di lingkungan yang suka melanggar juga dapat mempengaruhi seorang untuk melakukan suatu perbuatan yang bertolak belakang dengan peraturan atau melanggar peraturan. Yang terjadi dalam penjualan barang palsu merupakan suatu kebiasaan yang buruk atau tidak sehat. Yang dapat merusak tatan sistem hukum di Indonesia. Karena dengan masyarakat mematuhi peraturan yang ada maka sangat berpengaruh bagi penegakan sistem hukum tersebut.

4. Dinilai lebih hemat

Salah satu faktor yang menjadi alasan pembeli membeli suatu barang palsu ialah lebih praktis harga juga terjangkau dan mudah di dapat. Sehingga faktor inilah yang memicu pembeli untuk memilikinya, selain itu barang palsu mempunyai kemiripan bentuk yang hampir sama dengan barang yang original. Walaupun memang dari segi kualitas dan bahan sangat berbeda.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Praktik tentang penjualan barang palsu di pasar Roma Kota Malang terdapat dan tidak sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Hak Merek yang di dalamnya terdapat definisi dan pengertian mengenai hak merek juga penjelasan mengenai perbuatan yang dilarang dan sanksi yang ditujukan terhadap pelaku pemalsuan hak merek.

Alasan para pedagang melakukan penjualan barang palsu di pasar Roma yaitu karena faktor ekonomi dan rasa apatis atau abai terhadap peraturan atau hukum yang berlaku, dan untuk para pembeli juga sama halnya dengan para pedagang rasa apatis dan beberapa faktor yang mengakibatkan para pedagang dan pembeli melakukan jual beli barang palsu

B. SARAN

1. Saran untuk para pedagang

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran-saran untuk menjadi bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut:

- a. Hendaknya para pedagang pasar roma memahami dan mengerti bagaimana peraturan yang telah di buat untuk mengatur adanya perdagangan barang palsu. Dan sanksi-sanksi apabila melanggar peraturan yang telah dibuat dan tak lupa selalu ber inovasi untuk melakukan suatu kegiatan perdagangan yang lebih baik dari perdagangan yang lain.

2. Saran untuk pembeli

Sebagai peminat barang ber merek dengan harga yang cenderung murah hendaknya pembeli juga harus mengetahui mengenai peraturan-peraturan mengenai penjualan barang palsu yang membawa merek-merek terkenal. Sehingga masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli barang palsu akan sedikit peminatnya jika mengetahui tentang peraturan yang tertera dan terdapat sanksi bagi para pihak yang menjualnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. Idris, *Fiqih al-Syafi'iyah*, Jakarta: Karya Indah, 1986
- Amelia. Nanda, *Pengaruh Citra Merek, Harga Da Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fasio Imitasi*, Skripsi, Medan; Universitas Sumatera Utara, 2016.
- Amiruddin dan Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006
- Anwar. Syamsul, *Hukum Perjanjian Syariah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Arikunto. Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002
- Ashshofa. Burhan, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, 2001
- Asikin. Zainal, *Hukum Dagang*, Jakarta; Rajawali Pers, 2016.
- Bungin. Burhan, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2013
- Darwis. Amri, *Metode Penelitian Pendidikan Islam*, Pekanbaru: Suska Press, 2015
- Depdikbud, *Kamus Besar Bhasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2003
- Djuwaini. Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Puastaka Pelajar, 2008.
- Fatwa MUI Nomor; 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*.

- Fiedman. Lawrence M., *The Legall System: A Sosial Science Prespective*, New York: Ruseel Foundation, 1975.
- Firmansyah. Harsono, *Tata Cara Mengurus HaKI*, Jakarta; Transmedia Pustaka, 2008
- Friedman. Lawrence M, *Sistem Hukum Perspektif Ilmu Sosial*, Bandung Nusa Media, 2011.
- Hadianrto. Imam Pasu Marganda, *Penguatan Budaya Hukum Masyarakat Untuk Manghasilkan Kewaranegearaan Transformatif*, *Jurnal Civis Vol. 14, No. 2*, 2017.
- Hadikusuma. Hilman, *Pengantar Atopologi Hukum,*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.
- Harahap. Yahya, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992*, Bandung; PT. Citra Aditya Bakti, 1996.
- Haroen. Nasrum, *Fiqih Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Hasan. M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta:Pt. RajaGrafndo Persada, 2004.
- Herdiansyah. Haris, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010

- Herdiansyah. Haris, *Wawancara Observasi dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalian Data Kualitatif*, Depok: Rajagrafindo Persada, 2013
- Hidayah. Khoirul, Kajian Hukum Islam terhadap Hak Merek Sebagai Obyek Dalam Perjanjian Rahn, *de Jure*, Jurnal Syariah dan Hukum, Vol.6 No.1 (2014) hlm.9 <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20191231141341-185-461331/pelanggaran-merek-paling-banyak-diadukan-ke-kemenkumham> di akses pada tanggal: 10/01/2021
- Huda. Nurul, Perlindungan Hak Merek Dagang Menuet Hukum Islam, *Suruf*, Vol. 24, No.1, 2012.
- Irianto. Sulistyowati, *Metode Penelitian Hukum Konstelasi dan Refleksi*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.
- Jafri. Syafi'I, *Fiqh Muamalah*, Pekanbaru: suska press, 2008
- Jawardi, Strategi Pemngembangan Budaya Hukum, *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, Vol. 16, No. 1,2016
- Kartono. Kartini, *Pengantar Riset Social*, Bandung: Manjar Maju, 2002.
- Kay. J. L. and KKY Zaichkowsy, brand Imitasion: Do the Chinesse Have Different Views?, *Asia Pacific Journal of Manajement*, 1999.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Lembaran Negara Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek*

Lopulalan. Yunus Marlon, Rory Jeff Akyuwen, Marselo Valentino Geovani Pariela, Hak Cipta Logo Didaftarkan Sebagai Merek, *TATOHI Jurnal Ilmi Hukum*, VI 1, No, 1, 2021.

Ma'ruf. Farid, *Hukum Barang KW (Tiruan)*, dalam <http://konsultasi.wordpress.com> diunduh pada 4 November 2021

Moleog. Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.

Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta; BPFE, 2004.

Mujiati. Siti, Jual Beli Perspektif Islam : Salam dan Isti'na', *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol 13, No. 2, 2013

Mujiati. Siti, Jual Beli Perspektif Islam : Slam dan Isti'na', *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol 13, No. 2, 2013.

Muslich. Ahmad Wardi, *Fiqih Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2010

Nawawi. Ismail, *Fiqih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2017

Noor. Juliansyah, *Metode Penelitian*, Jakarta: Kencana Media Grup, 2010

Rizaldi. Julius, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*, Bandung: Alumni, 2009.

- Rosyada. Dede, *Hukum Islam dan Pranata Sosial*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1993.
- Sabiq. Sayyid, *Fiqh al-Sunnah*, Bairut: Dar al-Fikr, 1997.
- Sabiq. Sayyid, *Fiqh Sunnah (terj)*, Alih Bahasa Kamaluddin A. Marzuki, Jilid. XII, Bandung: Al-Ma'arif.
- Saidin. Ok., *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (intellectual property right)*, Jakarta: Rja GrafindoPersada, 2004.
- Salim, *Hukum Kontrak Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta, Sinar Grafika: 2008.
- Shalihah. Fithriatus, *Sosiologi Hukum*, Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Shobirin, *Jual Belli Dalam Pandangan Islam*, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, vol. 3. No. 2, 2015
- Soekamto. Soerjono, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Raja Grafindo, 2003
- Soekanto. Sujono, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta; UI Press, Cat Ke III, 2015
- Soeroso, *Pengantr Ilmu Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017
- Sugioyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2015
- Susiawati. Wati, *Jual Beli dan Dalam Konteks Kekinian*, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 8, No. 2, 2017

Syafe'I. Rachmat, *Fiqih Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001

Syafei. Rachmat, *Penimbunan dan Monopoli Dgang dalam Kajian Fiqih Islam*, Jakarta; Departemen Agama-Mimbar Hukum, 2004

Syamsudin, M., Budaya Hukum Ilmuwan tentang Hak Cipta: Suatu Penelitian Hukum Empiris, *Jurnal Hukum No. 19, No. 9*, 2002.

Syubantar. Gheba Brahyar, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penjualan Barang Palsu Danbajakan" , Yogyakarta: Perpustakaan Pusat UII 2018

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2016 Tentang Hak Merek

Wahyono. Padmo, *Sistem Hukum Nasional Dalam Negara Hukum Pancasila*, Jakarta: Rajawali Press, 1992

LAMPIRAN-LAMPIRAN





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	:	Utsman Idhyaman
Tempat/Tgl Lahir	:	Malang, 19 Januari 1999
Alamat	:	Desa Tirtomarto Kec.Ampelgading, Kabupaten Malang
Email	:	utsmanidhyaman19@gmail.com
Telepon	:	082245911413



Riwayat Pendidikan

No.	Jenjang Pendidikan	Nama Instansi	Tahun
1	SD/MI	SDN Tritomarto 1	2004-2010
2	SMP/MTS	SMP Al-Munawariyyah	2010-2013
3	SMA/MA	MAN 1 Kabupaten Malang (Gondanglegi)	2014-2017
4	S1	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	2017-2021