

**JUAL BELI BARANG *FASHION* PALSU PERSPEKTIF
UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK
DAN MASLAHAH
(STUDI DI KOTA KEDIRI)**

SKRIPSI

Oleh:

Destia Rahmahidayani

NIM 12220005



**JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH
FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2016

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah SWT.,

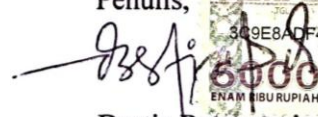
Dengan kesabaran dan tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**JUAL BELI BARANG *FASHION* PALSU
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG
MEREK DAN MASLAHAH
(STUDI DI KOTA KEDIRI)**

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memilah data dari orang lain. Jika di kemudian hari terbukti disusun oleh orang lain, ada penjiplakan, duplikasi, atau memilah data orang lain, baik secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang diperoleh karenanya secara otomatis dibatalkan demi hukum.

Malang, 13 Juli 2016

Penulis,



Destia Rahmahidayani

NIM 12220005



HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi penelitian skripsi saudara Destia Rahmahidayani, NIM 12220005, mahasiswi Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul;

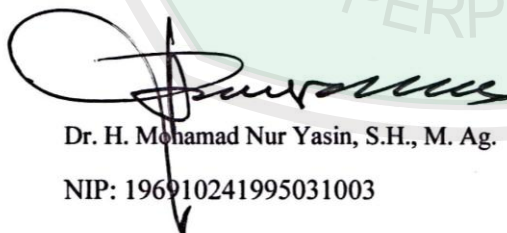
JUAL BELI BARANG *FASHION* PALSU**PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG
MEREK DAN MASLAHAH
(STUDI DI KOTA KEDIRI)**

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

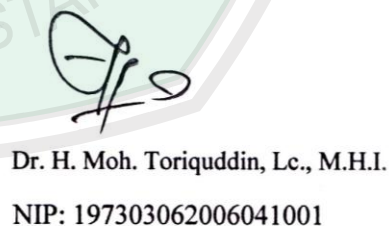
Malang, 13 Juli 2016

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Hukum Bisnis Syariah,

Dosen Pembimbing,



Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M. Ag.
NIP: 196910241995031003



Dr. H. Moh. Toriquddin, Lc., M.H.I.
NIP: 197303062006041001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH

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

BUKTI KONSULTASI

Nama : Destia Rahmahidayani
Nim : 12220005
Jurusan : Hukum Bisnis Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. H. Moh. Toriquddin, Lc. M.H.I
Judul Skripsi : Jual Beli Barang *Fashion* Palsu Perspektif UU N. 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Masalahah (Studi di Kota Kediri)

No	Hari / Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	Jumat, 29 Januari 2016	Konsultasi Judul yang Diterima.	
2	Kamis, 4 Februari 2016	BAB I .	
3	Kamis, 25 Februari 2016	Mencari Penelitian Terdahulu (Minimal 3).	
4	Selasa, 1 Maret 2016	Memperbanyak Kerangka Teori.	
5	Selasa, 19 April 2016	Dosen Mengoreksi Proposal.	
6	Rabu, 20 April 2016	ACC Proposal.	
7	Jumat, 20 Mei 2016	BAB I-III.	
8	Kamis, 2 Juni 2016	BAB IV (Skripsi).	
9	Jumat, 3 Juni 2016	Membenahi Abstrak.	
10	Senin, 6 Juni 2016	ACC Ujian Skripsi.	

Malang, 13 Juli 2016

Mengetahui

a.n. Dekan

Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah

Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M.Ag

NIP 19691924 199503 1 003

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI


Dewan penguji skripsi saudara Destia Rahmahidayani, NIM 12220005, mahasiswi Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2012 dengan judul:

JUAL BELI BARANG *FASHION* PALSU**PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG
MEREK DAN MASLAHAH (STUDI DI KOTA KEDIRI)**

Telah dinyatakan **LULUS**

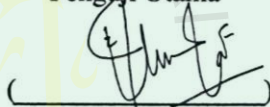
Dewan Penguji :

1. Dr. H. Noer Yasin, M.H.I.
NIP 19611118 200003 1 001



Penguji Utama

2. Iffaty Nasyi'ah, M.H.
NIP 19760608 200901 2 007



Ketua

3. Dr. H. Moh. Toriquddin, Lc., M.H.I.
NIP 19730306 200604 1 001



Sekretaris

Malang, 13 Juli 2016

Dekan,



Dr. H. Roibin, M.H.I.

NIP 19681218 199903 1 002

HALAMAN MOTTO

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَكُوْنُوْا مَعَ الصّٰدِقِيْنَ ﴿١١٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.”

(Qs. at-Taubah (9: 119))



PEDOMAN TRANSLITERASI

Dalam karya ilmiah ini, terdapat beberapa istilah atau kalimat yang berasal dari bahasa arab, namun ditulis dalam bahasa latin. Adapun penulisannya berdasarkan kaidah berikut¹:

A. *Konsonan*

ا	= tidak dilambangkan	ض	= dl
ب	= b	ط	= th
ت	= t	ظ	= dh
ث	= ts	ع	= ‘ (koma menghadap keatas)
ج	= j	غ	= gh
ح	= <u>h</u>	ف	= f
خ	= kh	ق	= q
د	= d	ك	= k
ذ	= dz	ل	= l
ر	= r	م	= m
ز	= z	ن	= n

¹Berdasarkan Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Fakultas Syariah. Tim Dosen Fakultas Syariah UIN Maliki Malang, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Malang: Fakultas Syariah UIN Maliki, 2012), h. 73-76.

س	= s	و	= w
ش	= sy	هـ	= h
ص	= sh	ي	= y

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

B. *Vocal, Panjang dan Diftong*

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 qî la

Vokal (u) panjang = û, misalnya دون menjadi dûna

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

Diftong (aw) = لو misalnya قول menjadi qawlun

Diftong (ay) = بي misalnya خير menjadi khayrun

C. *Ta'Marbûthah*

Ta'Marbûthah (ة) ditransliterasikan dengan "t" jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila *ta' marbûthah* tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya الرسالة للمدرسة menjadi *al-risalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada ditengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan yang disambungkan dengan kalimat berikutnya.

D. *Kata Sandang dan lafadh 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.

E. *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.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين أشهد أن لا إله إلا الله و أشهد أن محمدا عبده ورسوله اللهم صل وسلم على أشرف
الأنبياء والمرسلين وعلى آله وصحبه أجمعين. أما بعد...

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. atas segala limpahan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa hanya dengan petunjuk-Nya lah sehingga kesulitan dan hambatan dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad saw yang telah membawa kita semua dari lembah kegelapan menuju alam yang terang benderang.

Skripsi ini penulis susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum Islam pada Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak sekali menemui hambatan dan tantangan baik yang sifatnya teknis dan non teknis. Hanya dengan bermodalkan semangat dan keyakinan teguh dengan dilandasi usaha dan berdo'a maka kendala-kendala tersebut dapat penulis atasi dengan baik.

Tak lupa pula penulis haturkan banyak terima kasih kepada orang tua penulis H. Soekardi Budianto dan Hj. Endang Supiani, Ayahanda Eko Budi Widodo, Ibunda Emie Heldiana Nurwantari yang telah memberikan begitu banyak

memberikan dukungan baik moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis haturkan banyak terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Roibin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M. Ag. selaku Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. H. Abbas Arfan, Lc., M.H. selaku Sekretaris Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis mengucapkan terima kasih banyak atas arahan dan masukannya yang selalu diberikan kepada penulis.
5. Dr. H. Moh. Toriquddin, Lc., M.H.I. selaku dosen pembimbing penulis. Penulis haturkan *Syukron Katsiron* atas waktu yang telah beliau berikan kepada penulis untuk memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam rangka penyelesaian penulisan skripsi ini. Semoga beliau beserta seluruh keluarga besar selalu diberikan rahmat, barokah, limpahan rezeki, dan dimudahkan segala urusan baik di dunia maupun di akhirat.
6. Alamul Huda, M.A. selaku dosen wali penulis selama kuliah di Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik

Ibrahim Malang. Penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan, saran, motivasi, dan arahan selama penulis menempuh perkuliahan.

7. Segenap dosen Fakultas Syariah khususnya para dosen Jurusan Hukum Bisnis Syariah yang senantiasa memberikan ilmunya, dorongan dan bimbingan baik berupa motivasi dan arahan kepada penulis selama ini. Semoga Allah SWT. membalasnya dengan kebaikan di dunia dan di akhirat.
8. Teman-temanku yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu, kepada mereka saya ucapkan banyak terima kasih atas kontribusinya sehingga skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik.
9. Abah H. Soekardi Budianto, Umi Endang Supiani, Ayah Eko Budi Widodo dan Ibu Emie Heldiana Nurwantari tercinta, yang telah ikhlas memberikan doa, kasih sayang, dan pengorbanan baik dari segi spiritual dan materiil yang tiada terhingga sehingga ananda bisa mencapai keberhasilan sampai saat ini dan mampu menyongsong masa depan yang baik.

Akhir kata, semoga apa yang telah saya peroleh selama kuliah di Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang ini dapat bermanfaat bagi perkembangan keilmuan dimasa yang akan datang.

Malang, 6 Juni 2016

Penulis,

Destia Rahmahidayani

NIM 12220005

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
BUKTI KONSULTASI	v
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
المخلص	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Batasan Permasalahan	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kerangka Teori.....	19
1. Jual Beli.....	19
a. Pengertian Jual Beli.....	19
b. Landasan Syara'	20
c. Rukun dan Syarat Jual Beli	21

d. Hukum dan Sifat Jual Beli	26
e. Jenis-Jenis Jual Beli yang Dilarang.....	28
2. Barang Palsu.....	32
a. Pengertian Pemalsuan	32
b. Pengertian Barang Palsu.....	33
3. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek	33
a. Pengertian Merek	33
b. Tindak Pidana Perdagangan Produk atau Barang Palsu.....	34
4. Masalah	36
a. Pengertian Masalah	36
b. Macam-Macam Masalah	39
BAB III METODE PENELITIAN	45
1. Jenis Penelitian.....	46
2. Pendekatan Penelitian	47
3. Lokasi Penelitian.....	47
4. Jenis dan Sumber Data	48
5. Metode Pengumpulan Data.....	49
6. Populasi dan Sampel	51
7. Metode Pengolahan Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
a. Profil Kota Kediri.....	55
b. Profil Kabupaten Sidoarjo.....	56
c. Paparan Data dan Analisis Data	59
1. Praktik Jual Beli Tas <i>Fashion</i> Palsu di Kota Kediri	59
2. Praktik Jual Beli Tas <i>Fashion</i> Palsu di Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo.....	
3. Jual Beli Tas <i>Fashion</i> Palsu di Kota Kediri Perspektif Undang- Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek	92
4. Jual Beli Tas <i>Fashion</i> Palsu di Kota Kediri Perspektif Masalah	96
BAB V PENUTUP	102
a. Kesimpulan	102
b. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN-LAMPIRAN	110
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	122

ABSTRAK

Rahmahidayani, Destia, 12220005, *Jual Beli Barang Fashion Palsu Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Masalah (Studi Kota Kediri)*, Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang,

Pembimbing : Dr. H. Moh. Toriquddin, Lc, M.H.I

Kata Kunci : Jual Beli, Fashion, Brang Palsu, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, Masalah.

Maraknya praktik jual beli barang *fashion* palsu semakin lama semakin meningkat. Hal ini sebenarnya sudah ditahan oleh pemerintah lewat undang-undang yakni salah satunya undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang merek dan sepertinya relatif tidak sukses dalam menahan laju bisnis barang *fashion* palsu.

Dalam skripsi ini peneliti akan membahas tentang apa saja faktor pendorong bagi pedagang dan pengguna dalam jual beli tas *fashion* palsu. Kemudian membahas juga tentang bagaimana perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Masalah terhadap jual beli tas *fashion* palsu (studi Kota Kediri).

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian empiris. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis sosiologis dimana peneliti disini akan meneliti peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam masyarakat dengan mendeskripsikan data yang ditemukan di lapangan tentang fenomena jual beli tas *fashion* palsu oleh masyarakat Kota Kediri.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pendorong penjual menjual tas *fashion* palsu di Kota Kediri adalah banyaknya permintaan dari konsumen, pihak penjual tidak mengetahui tentang adanya aturan mengenai tindak pidana perdagangan produk atau barang palsu, tidak adanya sosialisasi dari pemerintah, dan tidak adanya tindakan tegas dari pemerintah daerah. Sedangkan faktor pendorong pengguna tas *Fashion* palsu di Kota Kediri adalah faktor *lifestyle* (gaya hidup), faktor gengsi, faktor ekonomi, faktor mudah didapat, faktor kegunaan, dan faktor tidak diketahuinya aturan mengenai tindak pidana Merek. Selain dapat menjerat pihak-pihak yang beriktikad buruk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang palsu, UU Merek juga dapat dipergunakan untuk menjerat pihak-pihak yang memperdagangkan barang yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang tersebut merupakan hasil pelanggaran. Dan praktik jual beli tas *fashion* palsu yang marak terjadi khususnya di Kota Kediri ini adalah tidak mengandung nilai-nilai kemaslahatan didalamnya.

ABSTRACT

Rahmahidayani, Destia, 12220005, Buying and Selling of Counterfeit *Fashion* Goods in Perspective of Laws of Number 15 of 2001 about Brand and *Maslahah* (Study of Kediri), Department of Syaria Business Law, Faculty of Sharia, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang,

Advisor: Dr. H. Moh. Toriquddin, Lc, M.H.I

Keywords: Keywords: Buying and Selling, Fashion, Counterfeit Goods, Laws of no. 15 of 2001 on Brand, *Maslahah*

The rampant of practice of buying and selling of counterfeit fashion goods is progressively increasing. It's actually been detained by the government through legislation that is one of laws of number 15 of year of 2001 on the brand and seemed relatively fault in curbing counterfeit fashion goods business. In this thesis, researcher will talk about what the driving factor for vendors and users to buy and sell counterfeit fashion goods. Then discussed also about how the perspective of Law Number 15 Year 15 Year 2001 on brand and *Maslahah* against selling counterfeit fashion goods (study of Kediri).

This research was classified in this type of empirical research. The research approach used the sociological juridical approach where researcher here will examine the legislation in force in the community by describing the data found in the field about the phenomenon of selling counterfeit *fashion* goods by the public of Kediri.

The results of this study indicated that the supporting factors the seller sold counterfeit *fashion* bags Kediri demanded from consumers, the seller did not know of the existence of rules regarding the crime of trafficking in products or counterfeit goods, lack of socialization of the government, and the absence of decisive action from local government. While the supports of the counterfeit Fashion handbags at Kediri were lifestyle factors (*lifestyle*), the inhibiting factors were fashionable factors, economic factors, factors easily available, usability factors, and factors did not know the rules on criminal offenses Brand. Besides be able to ensnare the parties' intentioned bad produce and / or trade in counterfeit goods, the law of brand can also be used to ensnare those who traded in goods that were known or should be known that the goods were infringing. And the practice of buying and selling counterfeit *fashion* handbags were rife especially in Kediri that not included in *Maslahah*.

المخلص

دستيا رحم هديني ، 12220005 ، البيع والشراء السلع الموضبة الزائفة منظور القانون النمر 15 لسنة 2001 بشأن العلامات و مصالحة (دراسة في كيديري). قسم قانون الاعمالية الشرعية، كلية الشريعة، الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج،

المشرف: الدكتور محمد طريق الدين، الحج الماجستير

الكلمات البحث: البيع والشراء ، *Fashion* ، الموضبة الزائفة ، القانون رقم 15 لسنة 2001 بشأن العلامات ، مصالحة

ممارسة متفشية في بيع السلع الموضبة الزائفة تدريجيا اكثر بزيادة. في الواقع قد اعتقل الحكومة من خلال التشريعات التي هو قانون واحد رقم 15 لسنة 2001 بشأن العلامة التجارية وبدا نجاحا نسبيا في الحد من السلع الموضبة الزائفة.

في هذه البحث الجامعي، فإن الباحث يتحدث عن ما الدافع للبائعين ومستخدمين لشراء وبيع حقائب الموضبة الزائفة. ثم ناقش أيضا حول كيفية وجهة نظر القانون رقم 15 لسنة 15 السنة 2001 بشأن العلامات ومصالحة مرسله علي بيع حقائب الموضبة الزائفة (دراسة في كيديري)

ويصنف هذا البحث في هذا النوع من البحث التجريبية. منهج البحث المستخدمة في هذه الدراسة هو المنهج السوسولوجي الاعتبارية حيث البحث هنا سوف تدرس التشريعات المعمول بها في المجتمع من خلال وصف البيانات الموجودة في الميدان حول ظاهرة بيع حقائب الموضبة الزائفة المجتمع كيديري.

نتائج هذه الدراسة تشير إلى أن العوامل الدافعة البائع تباع أكياس الموضبة الزائفة كيديري هو الطلب من جانب المستهلكين، فإن البائع لا يعرف من وجود قواعد بشأن جريمة الاتجار في المنتجات أو السلع المقلدة، وعدم التنشئة الاجتماعية للحكومة، وعدم وجود إجراءات حاسمة من الحكومات المحلية. في حين أن السائقين من حقائب اليد والأزياء وهمية كيديري هي عوامل نمط الحياة (نمط الحياة)، العوامل عامل هيبة المألوف، والعوامل الاقتصادية، العوامل المتاحة بسهولة، والعوامل سهولة الاستخدام، والعوامل لم تعرف القواعد على الجرائم الجنائية العلامة التجارية. وبالإضافة إلى كونها قادرة على الإيقاع الأطراف النية المنتجات سيئة و / أو التجارة في السلع الموضبة الزائفة ، يمكن أن قانون العلامات التجارية أيضا أن تستخدم لتوقع هؤلاء الذين يتاجرون في السلع التي يعرف أو ينبغي أن يعرف أن البضائع موضوع المخالفة. وممارسة بيع حقائب الموضبة الزائفة هي مدرجة منتشرة خصوصا في كيديري التي ليس كانت المصالحة فيها.



BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Merek telah lama dikenal manusia. Merek digunakan sebagai tanda pembeda antara produk yang dihasilkan oleh seseorang atau badan hukum dengan produk yang dihasilkan oleh pihak lain.² Merek merupakan hasil pemikiran dan kecerdasan manusia yang dapat berbentuk penemuan, oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa merek bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau disebut juga dengan *property rights* yang dapat menembus segala batas antara negara.³

Merek merupakan bagian penting dalam dunia perdagangan. Dengan merek, produk yang dihasilkan oleh produsen dikenal oleh konsumen.

² Julius Rizaldi, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap persaingan Curang*, (Bandung: Alumni, 2009), h. 1.

³ Sudargo Gautama dan Rizwanto Winata, *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia (Dalam rangka WTO, TRIPs)*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997), h. 5-6.

Ditinjau dari kacamata produsen, merek digunakan sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas produk. Merek juga salah satu bagian dari hak atas kekayaan intelektual manusia yang sangat penting terutama dalam menjaga persaingan yang sehat.⁴

Para pedagang menggunakan merek untuk promosi barang-barang dagangannya dan untuk memperluas pemasaran. Bagi konsumen, merek diperlukan untuk melakukan pilihan produk yang akan dibeli. Tidak dapat dibayangkan apabila suatu produk tidak memiliki *merek*, tentu produk yang bersangkutan tidak akan dikenal oleh konsumen. Oleh karena itu suatu produk, apakah produk tersebut baik atau tidak, tentu akan memiliki merek. Bahkan tidak mustahil merek yang sudah dikenal luas oleh konsumen karena mutu dan harganya, akan selalu diikuti, ditiru, dibajak, dan bahkan mungkin dipalsu oleh para produsen lain yang melakukan persaingan curang.⁵

وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدِ
أَحْتَمَلُوا بُهْتَانًا وَإِثْمًا مُّبِينًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “Dan orang-orang yang menyakiti orang-orang yang mukmin dan mukminat tanpa kesalahan yang mereka perbuat, maka sesungguhnya mereka telah memikul kebohongan dan dosa yang nyata.”(QS. *al-Ahzab* : 58).

⁴ Farida Hasyim, *Hukum Dagang*, Cet. 1 (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 208

⁵ Aryani Esti, *Pemalsuan Merek dan Penegakan Hukumnya (ditinjau dari aspek hukum pidana)*, *Jurnal Hukum*, No. 1 Vol. VIII (April, 2009), h. 53.

Negara kita Indonesia juga mengatur tentang merk, diantaranya diatur dalam Undang-Undang khusus mengenai perdagangan produk tiruan atau barang palsu, yakni Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merk khususnya dalam Pasal 90 dan 94. Dimana Pasal 90 berbunyi:⁶

“Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merk yang sama pada keseluruhannya dengan merk 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 denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).”

Selanjutnya, dalam Pasal 94 berbunyi:

- (1) Barangsiapa yang memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam pasal 90, 91, 92, dan Pasal 93 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
- (2) Tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran.

Keberadaan tas palsu di Indonesia yang menjamur, tentu saja membuatnya mudah didapat. Peneliti pun sudah melihat peredarannya hingga *department store* terkemuka. Peneliti juga mencoba *googling*, banyak sekali pelapak *online* yang menjual tas-tas tersebut. Penjualnya secara terang-terangan, tanpa takut.

Masyarakat Kota Kediri terutama kaum hawa mereka pasti menyukai namanya tas. Selain tas untuk sekolah dan bekerja, hanya sekedar pergi jalan-jalan pun kaum hawa mayoritas sangat senang membawa tas. Mulai

⁶ Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merk Pasal 90 dan 94

dari tas yang bentuknya *sling bag* yang ukurannya kecil sampai dengan tas yang berukuran besar, tentu dengan berbagai macam merek.

Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti mengamati proses jual-beli barang palsu di pasar-pasar dan toko-toko milik Kota Kediri. Peneliti menemui banyak sekali barang-barang palsu yang beredar. Mulai pasar tradisional seperti Pasar Bandar, Pasar Pahing, dan Pasar Setonobetek, toko-toko di sepanjang jalan Kota Kediri seperti layaknya Jalan Dhoho, Jalan K.H Wachid Hasyim, dan Jalan Joyoboyo banyak sekali tas palsu yang dijual. Mereka memasang bandrol tas ber-merek dengan harga enam puluh ribuan. Bahkan ada juga yang memasang bandrol lima puluh ribuan. Hanya dengan lima puluh ribu saja kita akan mendapatkan tas palsu ber-merek dengan berbagai warna dan model.

Tabel 1 : Toko Penjual Tas *Fashion* Palsu di Kota Kediri.

No	Nama Toko	Area	Merk Tas
1	Toko Hidayah 1	Pasar Bandar, Jl. KH Wachid Hasyim, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri	Nike, Palazzo, Oakle,
2	Toko Hidayah 2		Pollo, Volcom, Rebel
3	Toko Hidayah 3		8, Reebook, Event,
4	Toko Sera		Alto, Adidas, Diesel,
5	Toko Sumber Asri		Billabong,
6	Toko Rohman		Montblack, Rip Curl,
7	Toko Suminar		Rumble, Starbuck,
8	Toko Melati		Chanel, DC, Vans, Puma.

9	Toko Dewi Kilisuci 1	Jl. Kilisuci No. 47, Kecamatan Setono Pande, Kota Kediri	Prada, Zara, Chanel, MK, Jimmy Choo, Bally, Gucci, Guess,
10	Toko Dewi Kilisuci 2	Jl. Wachid Hasyim No. 26 B, Bandar Lor, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri	Hermes, Charles and Keith, Michael Kors, Victoria Beckham, Roberto Cavalli, Christian Dior, Louis Vuitton, Calvin Klein, Kate Spade, Longchamp, Moschino, Bvlgari.
11	Toko <i>Angel Bag</i>	Jl. Wachid Hasyim, Bandar Lor, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri	Pollo, Vans, DC, Machbeth, Nike, Palazzo, Volcom, Reebook, Rip Curl, Alto, Adidas, Event, Billabong, Rumble, Puma, Diesel, Janspirt.
12	Toko Triwijaya	Pasar Setonotek, Jl. Sultan Agung, Kecamatan Setono Pande, Kota Kediri	Adidas, Pollo, Reebook, Alto, Oakle, Event, Billabong, Rip Curle, Chanel, Montblack.
13	Toko <i>Three_ta Shop</i>		Gucci, Guess, MK, Hermes, Michael Kors, Charles and Keith, Wallcot, Catch Kitsond, Jimmy

		Pasar Pahing, Jl. HOS Cokroaminoto, Kecamatan Pesantren, Kota Kediri	Choo, Zara, Prada, Victoria Beckham, Roberto Cavalli, Christian Dior, Louis Vuitton, Valentino, Moschino, Bvlgari, Chanel, Chloe.
14	Toko Azizah		Alto, Hermer, Zara, Prada, Reebok, Adidas, Puma, Oakle, Pollo, Rebel 8, Event, Billabong, Rip Curle, Diesel, Chanel, Louis Vuitton, Bvlgari.
15	Toko Joyoboyo	Jl. Joyoboyo, Kota Kediri	Hermes, Prada, Chanel, MK, Zara, Jimmy Choo, Bally, Wallcot, Moschino, Valentino, Cartier, Versace, Givenchy, Burberry, Longchamp, Michael Korst, Chrisyian Dior.
16	Toko Harapan	Jl. Dhoho, Kota Kediri	Jansport, Vans, DC, Machbeth, Puma, Adidas, Volcom, Billabong, Alto, Eiger, Pollo, Palazzo, Diesel, Montblack, Oakle, Nike,

		Jl. Dhoho, Kota Kediri	Converse, Rip Curl, Rumble.
17	Toko Tenang Baru		Eiger, Starbuck, Reebook, Rip Curl, Diesel, Volcom, Event, Janspirt, Wallcot.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka penulis mengangkatnya dalam sebuah karya ilmiah dengan judul **“JUAL BELI BARANG *FASHION* PALSU PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK DAN MASLAHAH” (STUDI KOTA KEDIRI)**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja faktor pendorong bagi penjual dalam jual beli tas *fashion* palsu?
2. Apa saja faktor pendorong bagi pengguna tas *fashion* palsu?
3. Bagaimana tinjauan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Masalah terhadap jual beli barang *fashion* palsu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor pendorong bagi penjual dalam jual beli tas *fashion* palsu.
2. Untuk mengetahui faktor pendorong bagi pengguna tas *fashion* palsu.
3. Untuk mengetahui tinjauan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Masalah terhadap jual beli barang *fashion* palsu.

D. Batasan Permasalahan

Mengingat begitu luasnya ruang lingkup pada penelitian ini, maka penulis membatasi permasalahan tersebut pada:

1. Penelitian ini dibatasi hanya pada toko-toko pinggir jalan di Kota Kediri, pasar-pasar tradisional di Kota Kediri, yaitu Pasar Bandar, Pasar Pahing, dan Pasar Setonobetek serta home industri tas di Tanggulangin, Sidoarjo selaku produsen tas.
2. Peneliti hanya menitikberatkan pada pemalsuan kategori produk tas.
3. Responden yang diteliti adalah produsen tas Tanggulangin, para penjual toko tas palsu Kota Kediri serta para pengguna tas palsu.
4. Peneliti hanya memfokuskan pada tinjauan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merk dan Masalah terhadap jual beli barang *fashion* palsu.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- (1) Diharapkan dapat menjadi tambahan informasi sebagai kontribusi pada khazanah keilmuan, dan sebagai komunikasi informasi bagi para ilmuwan maupun para peneliti lain.
- (2) Untuk mengkonfirmasi penelitian yang umumnya dilakukan dengan menggunakan responden pembeli dan pengguna barang *fashion* palsu.
- (3) Untuk memberikan masukan berharga bagi bahan pembelajaran mengenai perilaku konsumen dalam hubungannya dengan pemalsuan barang.

2. Secara Praktis

- (1) Menjadi masukan bagi produsen barang-barang *fashion* dengan merek asli untuk mendalami sikap konsumen terhadap pemalsuan barang. Sehingga perusahaan dapat membuat langkah-langkah untuk mengurangi angka pemalsuan barang.
- (2) Membantu pemerintah khususnya yang menangani isu pemalsuan barang dalam melihat dan menyikapi fenomena barang palsu yang semakin meningkat jumlahnya di Kediri, sehingga dapat membuat peraturan-peraturan yang berhubungan dengan pembuatan juga pembelian barang palsu, serta melakukan kegiatan edukasi agar masyarakat mendapatkan informasi lebih banyak seputar

pemalsuan barang dan semakin peduli terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan penelitian yang berjudul “Jual Beli Barang *Fashion* Palsu Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Masalah (Studi Kota Kediri)” disusun dengan sistematika pembahasan disesuaikan dengan buku pedoman Fakultas Syari’ah sebagai berikut:⁷

BAB I merupakan pendahuluan, Bab ini terdiri dari beberapa dasar penelitian, antara lain yaitu latar belakang masalah yang memberikan landasan berfikir pentingnya penelitian dan ulasan mengenai judul yang telah dipilih dalam penelitian. Selanjutnya mengulas tentang rumusan masalah mengenai spesifikasi mengenai penelitian yang akan dilakukan. Tujuan penelitian berisi tentang tujuan yang akan dicapai peneliti dalam melakukan penelitian, manfaat penelitian, dan definisi operasional.

BAB II Tinjauan Pustaka, dalam bab ini berisi sub bab penelitian terdahulu dan kerangka teori. Dimana penelitian terdahulu berisi informasi tentang penelitian yang telah dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya. Sedangkan kerangka teori berisi tentang teori dengan isi pembahasan berupa jual beli barang *fashion* palsu perspektif undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang merek dan masalah. Dalam bab ini disesuaikan dengan


⁷ Fakultas Syari’ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Malang: UIN Press, 2012), h. 23-24.

permasalahan yang sedang diteliti agar nantinya bisa digunakan sebagai bahan analisis untuk menjelaskan data yang diperoleh.

BAB III metode penelitian. Dalam bab ini akan dibahas tentang tata cara penelitian yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode pengolahan data untuk menemukan jawaban dalam penelitian yang dilakukan.

BAB IV hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini akan disajikan data-data yang telah diperoleh dari sumber data, peneliti akan menganalisis data-data baik melalui data primer maupun data sekunder untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. kemudian dilanjutkan dengan proses analisa data sehingga didapat jawaban atas permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

BAB V yaitu penutup. Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan pada bab ini merupakan jawaban singkat atas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Saran adalah usulan atau anjuran kepada pihak-pihak terkait atau pihak yang memiliki kewenangan lebih terhadap tema yang diteliti demi kebaikan masyarakat, dan usulan atau anjuran untuk penelitian berikutnya di masa-masa mendatang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini diuraikan tentang penelitian atau karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian demi menghindari duplikasi. Disamping itu, menambah referensi bagi penulis sebab semua kontruksi yang berhubungan dengan penelitian telah tersedia. Berikut ini adalah karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian, antara lain:

1. Skripsi yang ditulis Tisa, dari Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar pada tahun 2014 dengan judul “*Penegakan Hukum Aparat*”

Kepolisian terhadap Perdagangan Barang-Barang Palsu di Makassar Trade Centre".⁸

Penulis disini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan memilih lokasi di Kota Makassar, khususnya di pusat perbelanjaan *Makassar Trade Center*. Peneliti memilih lokasi ini tersebut karena sangat mudah untuk mendapatkan barang-barang palsu. Populasi yang diambil peneliti disini meliputi aparat kepolisian di Polrestabes Makassar dan pelaku perdagangan barang palsu yang ada di *Makassar Trade Center*, Kota Makassar.

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu berupa data yang diperoleh melalui penelitian lapangan dengan pihak-pihak yang terkait. Sedangkan data sekundernya berupa data yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Teknik pengumpulan data yang dipakai peneliti adalah teknik wawancara dan dokumen.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa upaya penegakan hukum aparat kepolisian terhadap tindak pidana perdagangan barang-barang palsu di Kota Makassar khususnya di Makassar Trade Centre terbagi atas tiga kategori. *Pertama*, upaya pre-emptif yang dalam hal ini dengan memberikan sosialisasi kepada pedagang di berbagai pusat perbelanjaan khususnya di Makassar Trade Centre dan kepada konsumen melalui media massa. *Kedua*, upaya preventif dengan memperketat tingkat

⁸ Tisa, *Penegakan Hukum Aparat Kepolisian terhadap Perdagangan Barang-Barang Palsu di Makassar Trade Centre*, Skripsi (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2014). h. 90-91.

pengawasan pada tempat yang diduga jalur masuknya barang-barang palsu seperti di pelabuhan dan juga dengan memberikan himbuan kepada pengelola pusat perbelanjaan untuk lebih selektif dalam memberikan izin bagi para pedagang. *Ketiga*, upaya represif dengan cara membantu mengarahkan dan menindaki aduan dari pihak yang merasa dirugikan untuk segera diproses di pengadilan niaga, dan juga menangkap pelaku yang telah terbukti melakukan tindak pidana pelanggaran merek serta menghentikan 91 penyebaran barang palsu tersebut dengan melakukan razia dan penyitaan. Kendala yang dihadapi oleh aparat kepolisian dalam upaya penegakan hukum terhadap tindak pidana perdagangan barang-barang palsu di Kota Makassar khususnya di Makassar Trade Centre ada dua. *Pertama*, kendala dari penegak hukum itu sendiri, yakni kurangnya fasilitas, biaya operasional, dan sumber daya aparat. *Kedua*, yang merupakan kendala dari masyarakat yang juga menjadi konsumen perdagangan barang palsu ini adalah kurangnya dukungan, pengetahuan, kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam memerangi perkembangan tindak pidana pelanggaran merek khususnya terhadap perdagangan barang-barang palsu.

Persamaan peneliti dengan peneliti terdahulu adalah sama-sama membahas tentang perdagangan barang-barang palsu. Sedangkan perbedaannya adalah *pertama*, peneliti terdahulu melihat masalah dari segi penegakan hukum aparat kepolisian terhadap tindak pidana perdagangan barang-barang palsu. Sedangkan peneliti menggunakan melihat masalah dari

segi faktor pendorong para pedagang maupun konsumen dalam menggunakan barang *fashion* palsu. *Kedua*, peneliti terdahulu menggunakan hukum pidana sebagai pisau analisis, Seperti unsur-unsur tindak pidana, jenis-jenis tindak pidana, teori-teori pemidanaan. Sedangkan peneliti menggunakan Undang-Undang tentang Merek dan Masalah sebagai pisau analisis.

2. Tesis yang ditulis oleh Meltalia Panjaitan dari Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak pada tahun 2012, dengan judul “*Analisis Yuridis Penegakan Hukum Terhadap Penggunaan Barang yang Memakai Merk Tiruan (Tinjauan dari Aspek Budaya Hukum Masyarakat Pengguna)*”.⁹

Metode penelitian yang diambil peneliti disini adalah penelitian menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan menggunakan bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan mulai dari yang berhubungan dengan Merek seperti Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang merek, serta bahan hukum asing sebagai pembanding. Selain bahan hukum primer ada pula bahan hukum sekunder yang diperoleh dari buku-buku, teks, jurnal, dan sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan tema penelitian. Dan yang terakhir bahan hukum tersier yang berupa kamus hukum. Penulis menggunakan metode induksi dalam menganalisis data. Metode induksi disini merupakan proses penalaran yang bertolak dari fakta-fakta khusus ke fakta-fakta yang umum ke kesimpulan khusus.

⁹ Meltalia Panjaitan, *Analisis Yuridis Penegakan Hukum Terhadap Penggunaan Barang yang Memakai Merk Tiruan (Tinjauan dari Aspek Budaya Hukum Masyarakat Pengguna)*, Skripsi, (Pontianak: Universitas Tanjungpura, 2012). h. 116.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan beberapa hal, *pertama* bahwa budaya hukum masyarakat yang menggunakan merek-merek palsu yang diproduksi oleh pelaku usaha selama ini telah menjadi suatu *trend*. Namun kenyataan menunjukkan budaya tersebut sangat bertentangan dengan budaya hukum yang baik, sebab budaya hukum yang baik meliputi sikap, nilai dan perilaku masyarakat untuk taat dan patuh terhadap hukum yang berlaku. *Kedua*, bahwa Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek tidak pernah mengatur atau memberikan sanksi kepada masyarakat yang menggunakan produk-produk hasil dari pemalsuan merek-merek terkenal, hal ini menyebabkan budaya hukum masyarakat menjadi tidak baik karena tidak adanya aturan yang tegas, dianggap oleh masyarakat perbuatan menggunakan merek-merek palsu bukanlah suatu kesalahan. *Ketiga*, bahwa pengaturan berkaitan dengan merek tidak saja diatur dalam Undang-Undang Nasional Indonesia melainkan juga diatur dalam suatu aturan Internasional, hal ini menunjukkan betapa berharganya sebuah kekayaan intelektual untuk dihargai dan dilindungi, namun pengaturan yang ada selama ini belum memberikan perlindungan secara maksimal karena tidak terdapat aturan tentang sanksi bagi pengguna merek-merek palsu, sehingga dimungkinkan perbaikan terhadap peraturan yang telah ada selama ini.

Persamaan peneliti dengan peneliti terdahulu adalah *pertama*, sama-sama membahas masalah barang merek palsu. *Kedua*, sama-sama menggunakan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dalam menganalisis. Sedangkan

perbedaannya adalah peneliti terdahulu melihat penggunaan merk tiruan dari segi budaya hukum masyarakat. Sedangkan peneliti ingin melihat praktek jual beli barang palsu jika dilihat dari kacamata hukum nasional yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sekaligus dilihat dari kacamata hukum Islam (Maslahah).

3. Tesis yang ditulis oleh Tommy Hendro Trisdiharto dari Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Denpasar pada tahun 2012 dengan judul *“Pengaruh Faktor Sosial dan Personal terhadap Sikap dan Niat Beli Konsumen untuk Barang Palsu di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung.”*¹⁰

Metode penelitian yang dipakai adalah studi penjelasan (*explanatory research*) yang menjelaskan suatu hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Dengan teknik pengumpulan data berpedoman pada teori, data responden yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner, dan penelitian terdahulu.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan beberapa hal diantaranya faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen pada pemalsuan barang, faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada barang palsu, faktor personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen pada pemalsuan barang, faktor personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli

¹⁰ Tommy Hendro Trisdiharto, *Pengaruh Faktor Sosial dan Personal terhadap Sikap dan Niat Beli Konsumen untuk Barang Palsu di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung*, Tesis, (Denpasar: Universitas Udayana, 2012). h. 83.

konsumen pada barang palsu, sikap konsumen pada pemalsuan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada barang palsu.

Persamaan antara peneliti dengan peneliti terdahulu adalah sama-sama membahas tentang barang palsu. Sedangkan perbedaan peneliti dengan peneliti terdahulu adalah *pertama*, peneliti terdahulu melihat praktek pemalsuan barang berdasarkan faktor sosial terhadap sikap konsumen pada pemalsuan barang. Sedangkan peneliti mencari faktor pendorong pedagang dan konsumen dalam jual beli barang *fashion* palsu. *Kedua*, dalam menganalisis peneliti terdahulu menggunakan teknik statistik SEM (*Structural Equation Modeling*), yaitu suatu teknik statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya. SEM dilakukan untuk menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian. Sedangkan peneliti menggunakan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Maslahah sebagai pisau analisis.

Meskipun semua hasil penelitian skripsi dan tesis diatas sudah banyak yang membahas masalah pemalsuan, namun tidak menutup kemungkinan bagi penulis untuk melakukan penelitian dilihat dari sudut pandang yang berbeda. Karena disini penulis akan membahas jual beli barang *fashion* palsu apabila dikaji menurut hukum nasional dan hukum islam yaitu Undang-Undang nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Maslahah.

Dan skripsi-skripsi yang sudah ada nantinya bisa penulis jadikan khazanah keilmuan dan acuan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu penulis memiliki pandangan untuk melakukan penelitian dengan judul: “Jual Beli Barang *Fashion* Palsu Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Masalahah”.

B. Kerangka Teori

Dalam upaya menjawab permasalahan yang ada dalam skripsi ini penyusun akan menyajikan sebuah teori, serta dalil-dalil yang berfungsi sebagai acuan dan alat yang digunakan untuk memecahkan permasalahan yang akan diteliti.

1. Jual Beli

a) Pengertian Jual Beli

Jual beli (البيع) secara bahasa bermakna memiliki dan membeli. Kata aslinya keluar dari kata الباع karena masing-masing dari dua orang yang melakukan akad meneruskannya untuk mengambil dan memberikan sesuatu. Orang yang melakukan penjualan dan pembelian disebut البيعان. Jual beli diartikan juga “pertukaran sesuatu dengan sesuatu”. Kata lain dari *al-bai'* adalah *asy-syira'*, *al-mubadah* dan *at-tijarah*.¹¹

Jual Beli (*Ba'i*) adalah transaksi pertukaran antara *'ayn* yang berbentuk barang dengan *dayn* yang berbentuk uang. Transaksi ini lazim disebut sebagai transaksi jual beli. Dalam transaksi ini, keuntungan penjual

¹¹ Tengku Muhammad Hasbi Ash-Siddiq, *Pengantar Ilmu Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT.Bulan Bintang, 1974), h. 143.

supaya dimasukkan dalam harga jual sehingga penjual tidak perlu memberitahukan tingkat keuntungan yang diinginkan.¹²

b) Landasan Syara'

Jual beli disyariatkan diantara terdapat dalam Al-Qur'an sebagaimana dalam al-Qur'an surat al-Baqarah (2) ayat 275:¹³

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya: “orang-orang yang makan (mengambil) riba¹⁴ tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila.¹⁵ Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu¹⁶ (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al-Baqarah (2): 275)

¹² Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), h. 38.

¹³ QS. Al-Baqarah (2): 275

¹⁴ Riba itu ada dua macam: nasiah dan fadhil. Riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba fadhil ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini Riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliah.

¹⁵ Maksudnya: orang yang mengambil Riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan.

¹⁶ Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu.¹⁷ Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”¹⁸ (QS. An-Nisa’ (4): 29

c) Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli merupakan suatu perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi terjadinya peralihan hak atas sesuatu barang dari pihak penjual kepada pembeli, maka dengan sendirinya dalam perbuatan hukum ini ada beberapa ketentuan-ketentuan berupa rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga apabila rukun dan syarat jual beli tidak terpenuhi, maka jual beli dianggap tidak sah menurut syara’. Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat, yaitu:¹⁹

- (1) *Bai’* (Penjual)
- (2) *Mustari* (Pembeli)
- (3) *Shighat* (Ijab dan qabul)
- (4) *Ma’qud ‘alaih* (Benda atau Barang)

Adapun syarat-syarat jual-beli harus sesuai dengan rukun jual beli, yang telah dikemukakan oleh jumhur ulama di atas sebagai berikut:

¹⁷ Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan.

¹⁸ QS. An-Nisa’ (4): 29.

¹⁹ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), h. 77.

(1) Syarat orang yang berakad

a. Berakal

Adapun yang dimaksud dengan berakal yaitu dapat membedakan atau memilih mana yang terbaik bagi dirinya, dan apabila salah satu pihak tidak berakal maka jual beli yang diakadkan tidak sah.²⁰

b. Dengan Kehendaknya sendiri

Bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli tersebut salah satu pihak tidak melakukan suatu tekanan atau paksaan kepada pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan lagi disebabkan kemauan sendiri, tetapi disebabkan adanya unsur paksaan, jual beli yang dilakukan bukan atas dasar kehendak sendiri adalah tidak sah.²¹

c. Baligh

Baligh atau dewasa dalam hukum Islam adalah apabila telah berumur 15 tahun, atau telah bermimpi basah (bagi anak laki-laki) dan haid (bagi anak perempuan), dengan demikian jual beli diadakan adalah tidak sah. Namun demikian bagi anak-anak yang sudah dapat membedakan mana yang buruk akan tetapi dia belum dewasa menurut pendapat sebagian ulama` bahwa anak tersebut diperbolehkan untuk melakukan perbuatan jual beli, khususnya untuk barang-barang kecil dan tidak bernilai tinggi.²²

²⁰ Chairuman Pasaribu, Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), h. 35.

²¹ Chairuman Pasaribu, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, h. 35.

²² Chairuman Pasaribu, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, h. 35-36.

d. Merdeka

Disyaratkan pula agar kedua belah pihak yang melakukan akad jual beli adalah orang yang merdeka, mukallaf, dan dewasa. Dengan demikian, tidak sah sebuah akad jual beli jika pihak yang melakukan adalah anak kecil, idiot, gila, dan seorang budak tidak diperbolehkan melakukan jual beli tanpa seizin tuannya.²³

(2) Syarat barang yang akan diakadkan

a. Barangnya suci dan bersih

Bahwa barang yang diperjual belikan bukanlah barang yang dikualifikasikan sebagai barang yang najis, atau digolongkan sebagai benda yang diharamkan.²⁴

b. Dapat dimanfaatkan

Yang dimaksud dengan barang yang bermanfaat adalah kemanfaatan barang tersebut sesuai dengan ketentuan hukum agama (syari'at Islam). Maksudnya pemanfaatan barang tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Misalkan sesuatu barang dibeli, yang tujuannya untuk berbuat yang bertentangan dengan syariat Islam maka barang tersebut dapat dikatakan tidak bermanfaat.²⁵

c. Milik orang yang mengadakan

Maksudnya, bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli atas sesuatu barang tersebut dan/atau telah mendapatkan izin dari pemilik sah barang tersebut.

²³ Salih al-Fauzan, *Fiqh Sehari-hari*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), h. 366.

²⁴ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 133.

²⁵ Suhrawardi, *Hukum Ekonomi Islam*, h. 133.

d. Mampu menyerahkan

Maksudnya ialah penjual (baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa) dapat menyerahkan barang yang dijadikan sebagai obyek jual beli sesuai dengan bentuk dan jumlah yang diperjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pembeli.

e. Mengetahui sendiri keadaan barang

Yaitu melihat sendiri keadaan barang baik hitungan, takaran, timbangannya atau kualitasnya. Sedangkan menyangkut pembayaran kedua belah pihak harus mengetahui tentang jumlah pembayaran maupun jangka waktu pembayaran.²⁶

(3) Akad (*ijab qabul*)

a. Satu sama lainnya berhubungan di satu tempat tanpa adanya pemisahan yang merusak.

b. Ada kesepakatan *ijab* dan *qabul* pada barang yang saling mereka relakan, yang berupa barang yang dijual dan harganya barang. Apabila kedua belah pihak tidak adanya kesepakatan, maka jual beli (akad) dinyatakan tidak sah.

c. Pengucapan *ijab* dan *qabul* harus sempurna.²⁷

(4) Syarat nilai tukar (Harga Barang)

Nilai tukar barang adalah termasuk unsur paling penting dimana zaman sekarang ini yang disebut dengan uang. Berkaitan dengan nilai tukar ini, ulama fiqh membedakan antara *at-tsaman* dan *as-si'r*. Menurut mereka *ats-*

²⁶ Suhrawardi, *Hukum Ekonomi Islam*, h. 133.

²⁷ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2004), h. 83.

saman adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat. Sedangkan *as-si'r* adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum dijual kepada konsumen. Dengan demikian ada dua harga, yaitu harga antara pedagang dan konsumen (harga jual pasar).

Di samping syarat-syarat yang berkaitan dengan rukun jual beli di atas, para ulama' fiqih juga mengemukakan beberapa syarat lain yaitu:

a. Syarat sah jual beli

Para ulama' fiqih menyatakan bahwa suatu jual beli baru dianggap sah apabila jual beli tersebut terhindar dari cacat dan apabila barang yang diperjualbelikan itu benda bergerak, maka barang itu boleh langsung dikuasai pembeli dan harga barang dikuasai penjual. Sedangkan barang yang tidak bergerak, boleh dikuasai pembeli setelah surat-menyuratnya diselesaikan.

1) Syarat yang terkait dengan pelaksanaan jual beli

Jual beli baru boleh dilaksanakan apabila yang berakad mempunyai kekuasaan untuk melakukan jual beli. Misalnya, barang itu milik sendiri (barang yang dijual itu bukan milik orang lain atau hak orang lain terkait dengan barang itu). Akad jual beli tidak boleh dilaksanakan apabila orang yang melakukan akad tidak memiliki kekuasaan untuk melaksanakan akad.

2) Syarat yang terkait dengan kekuatan hukum akad jual beli

Para ulama' fiqh sepakat menyatakan bahwa suatu jual beli baru bersifat mengikat apabila jual beli itu terbebas dari segala macam *khiyar*, maka jual beli itu belum mengikat dan masih boleh dibatalkan.²⁸

d) Hukum dan Sifat Jual Beli

Ditinjau dari hukum dan sifat jual beli, jumhur ulama membagi jual beli menjadi dua macam, yaitu jual beli yang dikategorikan sah (*sahih*) dan jual beli yang dikategorikan tidak sah. Jual beli sah (*sahih*) adalah jual beli yang memenuhi ketentuan syara' baik rukun maupun syaratnya. Sedangkan jual beli tidak sah adalah jual beli yang tidak memenuhi salah satu syarat dan rukun sehingga jual beli menjadi rusak (*fasid*) atau batal. Dengan kata lain menurut jumhur ulama, rusak dan batal memiliki arti yang sama.²⁹

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli dapat dikemukakan pendapat Imam Taqiyudin dalam buku *Kifayat Al-Akhyar* bahwa jual beli dibagi menjadi 3 bentuk yaitu jual beli yang kelihatan, jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian dan jual beli bendayang tidak ada.³⁰

Ditinjau dari hukum menurut Hanafi jual beli terbagi menjadi tiga yaitu:

²⁸ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), h. 120.

²⁹ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*. h. 75-76.

³⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2010), h. 75.

(1) Jual beli *shahih*

Jual beli *shahih* adalah jual beli yang memenuhi ketentuan syariat. Hukumnya, sesuatu yang diperjualbelikan menjadi milik yang melakukan akad. Contoh nuri membeli baju seluruh rukun dan syarat telah terpenuhi. Baju itu telah diperiksa oleh nuri dan tidak ada kerusakan, tidak terjadi manipulasi harga dan harga baju itupun telah diserahkan serta tidak ada lagi hak *khiyar*.

(2) Jual beli batal

Jual beli yang batal/bathil adalah jual beli yang tidak memenuhi salah satu rukun atau yang tidak sesuai dengan syariat, yakni orang yang akad bukan ahlinya, seperti jual beli yang dilakukan oleh orang gila atau anak kecil.³¹

(3) Jual beli *Fasid*

Jual beli *fasid* adalah jual beli yang sesuai dengan ketentuan syariat pada asalnya tetapi tidak sesuai dengan syariat pada sifatnya, seperti jual beli yang dilakukan oleh orang yang *mumayyiz* tetapi bodoh sehingga menimbulkan pertentangan.

Menurut jumhur ulama *fasid* (rusak) dan batal (haram) memiliki arti yang sama. Adapun menurut ulama Hanafiyah membagi hukum dan sifat jual beli menjadi sah, batal dan *fasid* (rusak). Perbedaan pendapat antara jumhur ulama dan ulama hanafiyah berpangkal pada jual beli atau akad yang tidak memenuhi ketentuan syara' berdasarkan hadits Rasul.

³¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h. 80.

Rasulullah Saw bersabda, “*Barangsiapa yang berbuat suatu amal yang tidak kami perintahkan maka tertolak. Begitu pula barangsiapa yang memasukkan suatu perbuatan kepada agama kita, maka tertolak.* (HR Muslim).³²

Berdasarkan hadits di atas, jumhur ulama berpendapat bahwa akad atau jual beli yang keluar dari ketentuan syara’ harus ditolak atau tidak dianggap, baik dalam hal muamalat maupun ibadah.³³

e) Jenis-Jenis Jual Beli yang Dilarang

Rasulullah saw. melarang sejumlah jual beli, karena didalamnya terdapat *gharar* yang membuat manusia memakan harta orang lain secara bathil, dan didalamnya terdapat unsur penipuan yang menimbulkan dengki, konflik, dan permusuhan di antara kaum muslimin. Di antara jenis-jenis jual beli yang beliau larang adalah sebagai berikut:³⁴

(1) Jual beli *Najasy*

Najasy secara bahasa berarti mempengaruhi (membangkitkan). Sedangkan menurut pengertian terminologi, *najasy* berarti jika seseorang meninggikan harga sebuah barang, namun tidak bermaksud untuk membelinya, melainkan hanya untuk membuat orang lain tertarik dengan barang tersebut sehingga dia terjebak di dalamnya, atau dia memuji

³² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h. 83.

³³ Asep Djazuli, *Ilmu Fiqh: Sebuah Pengantar*, (Bandung: Dunia Ilmu, 1993), h. 88.

³⁴ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah*, h. 78.

komoditas tersebut dengan kelebihan-kelebihan yang sebenarnya tidak dimiliki komoditas tersebut dengan tujuan untuk promosi belaka.³⁵

Rasulullah Saw bersabda :

عن ابن عمر رضي الله عنهما قال : نهى النبي صلى الله عليه و سلم عن النجش

Artinya : “Dari Ibn Umar, ia berkata, " Rasulullah melarang najsy".

(HR. Bukhari- Muslim)

Najasy dengan seluruh bentuk di atas hukumnya haram, karena merupakan penipuan dan pengelabuan terhadap pembeli. Namun demikian, hukum akad jual-beli tetap sah dan pembeli berhak memilih antara mengembalikan barang atau meneruskan akad, jika harga barang yang dibelinya jauh lebih mahal dari harga pasaran.³⁶

(2) Jual beli *Ghisyhy*

Ghisyhy merupakan suatu cara menyembunyikan cacat barang atau dengan cara menampilkan barang yang bagus dan menyelipkan diselanya barang yang jelek.³⁷ Bentuk lain dari *ghisysy* adalah penjual menampilkan barang tidak sesuai dengan hakikatnya, atau ia menyembunyikan cacat barang, jika pembeli mengetahui hakikat barang sesungguhnya ia tidak akan membeli barang dengan harga yang diinginkan penjual. *Ghisyysy* juga dapat diartikan mengurangi timbangan dan takaran, dengan tujuan ia

³⁵ Yusuf Al-Subaily, *Pengantar Fiqh Muamalat dan Aplikasinya dalam Ekonomi Modern*, (Riyadh: Pasca Sarjana Universitas Islam Imam Muhammad Saud, t.th.), h. 20.

³⁶ Yusuf Al Subaily, *Pengantar Fiqh Muamalat..*, h. 20.

³⁷ Yusuf Al Subaily, *Pengantar Fiqh Muamalat..*, h. 19.

mendapat keuntungan dari selisih barang yang ditimbang dengan benar.³⁸

Firman Allah Swt dalam QS. Al-Muthaffi'in ayat 1-3 yang berbunyi :³⁹

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang,⁴⁰ (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”(QS. al-Muthaffi'in (83): 1-3)

(3) Merampas Hak Cipta

Merampas atau pencurian atas hak cipta menurut hukum Islam juga bisa terancam hukuman. Bagaimana bentuk hukuman tersebut, tergantung kepada sistem peadilan dan menentukannya. Hak cipta merupakan hak yang harus dilindungi, maka mencurinya, secara lahir jelas sama dengan mencuri hak-hak lain yang terlindungi. Sejauh pencurian terhadap hak intelektual menimbulkan kerugian bagi pemilik hak tersebut, maka mencurinya jelas sama dengan menimbulkan kerugian materi lainnya terhadap orang lain. Yang jelas agama Islam melarang segala bentuk kedlaliman dan tindakan yang merugikan orang lain. Karena hak cipta adalah hak yang diakui syariat maka haram melanggarnya dengan cara membajak, diperbanyak tanpa izin penulis, diterjemahkan kedalam bahasa lain ataupun disimpan pada media seperti (CD) lalu dijual tanpa seizin

³⁸ Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, (Bogor: PT. Berkah Mulia Insani, 2014), h. 138.

³⁹ QS. al-Muthaffi'in (83): 1-3.

⁴⁰ Yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang.

penulis. Jika tetap dilakukan sungguh pembajaknya telah mencuri hak orang lain yang akan dipertanggung jawabkan di dunia dan akhirat.⁴¹

(4) Menjual Barang yang Digunakan Untuk Maksiat.

Menjual barang yang mubah kepada pembeli yang diketahui akan menggunakannya untuk berbuat maksiat diharamkan, seperti: menjual anggur kepada pabrik minuman keras dan menjual senjata kepada perampok. Begitu juga akad sewa, seumpama; menyewakan tempat kepada orang yang menjual barang haram, seperti kaset musik atau menyewakan gedung kepada bank konvensional dan lain-lain.⁴² Firman Allah Swt QS. al-Maidah (5) ayat 2:⁴³

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ
 إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۗ

Artinya “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”.

Bentuk jual beli ini merupakan kezaliman terhadap pembeli karena membantunya berbuat maksiat padahal seharusnya dia dinasehati agar berhenti berbuat maksiat.

⁴¹ Erwandi Tarmizi, *Harta Haram...*, h. 137.

⁴² Yusuf Al Subaily, *Pengantar Fiqh Muamalat...*, h. 22.

⁴³ QS. al-Maidah (5): 2

(5) Jual beli yang mempunyai unsur *Gharar* (penipuan)

Menurut M. Ali Hasan *gharar* adalah keraguan, tipuan atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan pihak lain. Suatu akad yang mengandung unsur penipuan, karena tidak ada kepastian, baik yang mengenai ada atau tidak ada objek akad, besar kecil jumlah maupun menyerahkan objek akad tersebut.⁴⁴

2. Barang Palsu

a) Pengertian pemalsuan

Pemalsuan adalah suatu aksi reproduksi dari sebuah merek yang sudah memiliki *trademark*, yang mana sangat mirip dengan barang aslinya. Hal ini termasuk dalam hal *packaging*, *labelling*, dan *trademark*, dimana sengaja dilakukan untuk benar-benar dapat dianggap mirip dengan barang aslinya.⁴⁵

Lai dan Zaichkowsky mengatakan bahwa pemalsuan dan pembajakan pada dasarnya adalah sama, karena pemalsuan dan pembajakan adalah reproduksi dari barang yang identik berasal dari sebuah barang asli.⁴⁶

Pemalsuan barang atau *counterfeiting* adalah sebuah pemalsuan yaitu memproduksi suatu produk yang menyalin atau meniru penampakan fisik suatu produk asli sehingga menyesatkan para konsumen bahwa ini adalah produk dari pihak lain. Produk yang melanggar merek dagang, pelanggaran

⁴⁴ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 147.

⁴⁵ Tommy Hendro, *Pengaruh Faktor...*, h. 15.

⁴⁶ J.L. Kay and K.K.Y Zaichkowsky, "Brand Imitation: do the Chinese Have Different Views?", *Asia Pacific Journal of Management*, (1999), h. 179.

hak cipta, peniruan kemasan, lebel, dan merek (merupakan bagian dari pemalsuan).⁴⁷

b) Pengertian Barang Palsu

Palsu jika dilihat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sama artinya dengan “tiruan” dimana arti kata tiruan dalam KBBI adalah bukan yang sejati (tulen), palsu, dan imitasi.⁴⁸

Jadi yang dinamakan barang palsu adalah barang yang mirip dengan aslinya, namun barang tersebut di bandrol dengan harga yang jauh lebih murah dibanding barang aslinya.

3. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek.⁴⁹

a) Pengertian Merek

Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di pasaran.⁵⁰ Hak merek merupakan hak kekayaan industri yang dilindungi oleh sistem HKI. Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang

⁴⁷ Tommy Hendro, *Pengaruh Faktor...*, h. 16..

⁴⁸ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga)*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996).

⁴⁹ Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

⁵⁰ Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar)*, (Bandung: PT. Alumni, 2013), h. 131.

atau jasa (UUM).⁵¹ Sebagaimana terdapat dalam Pasal 1 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 yang berbunyi:⁵²

“Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.”

Merek (*trademark*) merupakan definisi hukum yang memberikan perlindungan dan upaya pemulihan jika suatu tanda perdagangan digunakan oleh pihak yang tidak memiliki kewenangan untuk itu.⁵³

b) Tindak pidana perdagangan produk atau barang palsu

Mengenai tindak pidana mengenai perdagangan produk atau barang palsu terdapat dalam Pasal 90-94 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 yang berbunyi:⁵⁴

Pasal 90

“Barangsiapa dengan sengaja dan 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 denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

Pasal 91

“Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).”

⁵¹ Khoirul Hidayah, *Hukum HKI (Hukum Kekayaan Intelektual di Indonesia) Kajian Undang-Undang dan Integrasi Islam*, (Malang: UIN Press, 2012), h. 72

⁵² Pasal 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

⁵³ Rahmi Jened, *Hak Kekayaan Intelektual (Penyalahgunaan Hak Eksklusif)*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2010), h. 160.

⁵⁴ Pasal 90-94 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.

Pasal 92

- (1) “Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi-geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, di pidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”
- (2) “Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi-geografis milik orang lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).”
- (3) “Terhadap pencantuman asal sebenarnya pada barang yang merupakan hasil pelanggaran ataupun pencantuman kata yang menunjukkan bahwa barang tersebut merupakan tiruan dari barang yang terdaftar dan dilindungi berdasarkan indikasi-geografis, diberlakukan dengan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2).”

Pasal 93

“Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi-asal pada barang atau jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai barang atau asal jasa tersebut dipidana dengan pidana paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).”

Pasal 94

- (1) “Barangsiapa memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, dan Pasal 93 dipidana dengan kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).”
- (2) “Tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran.”

4. Masalah

a) Pengertian Masalah

Kata “*masalah*” dalam Bahasa Indonesia dikenal dengan *masalahat*, berasal dari Bahasa Arab yaitu *maslahah*. *Maslahah* secara bahasa berarti manfaat, faedah, bagus, baik, kebaikan, guna atau kegunaan.⁵⁵

Secara bahasa *maslahah* berasal dari kata *saluha*, *yasluhu*, *salahan* yang berarti sesuatu yang baik, patut dan bermanfaat. Sedangkan pengertian masalah secara terminologi terdapat berbagai pendapat dari para ulama, yaitu:⁵⁶

- (1) Menurut Al-Ghazali, masalahah berarti sesuatu yang mendatangkan keuntungan atau manfaat, dan menjauhkan dari kerusakan (*madharat*). Namun secara hakekat, masalahah yaitu dalam menetapkan hukum harus memelihara tujuan syara'. Tujuan syara' tersebut yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.⁵⁷
- (2) Ahmad Al-Raysuni dan Muhammad Jamal Barut mengatakan, masalahah adalah segala sesuatu yang mengandung kebaikan serta manfaat bagi individu maupun sekelompok manusia, dengan menghindarkan dari segala mafsadat.⁵⁸

⁵⁵ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet-II, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), h. 634.

⁵⁶ Amin Farih, *Kemaslahatan dan Pembaharuan Hukum Islam*, Cet. Ke-1, (Semarang: Walisongo Press, 2008), h. 15.

⁵⁷ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqih*, jilid 2, Cet. ke-5, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 345-346.

⁵⁸ Ahmad Al-Raysuni dan Muhammad Jamal Barut, *Al-Ijtihad, Al-Nash, Al-Waqi'i, AlMaslahah, Terj. Ibnu Rusydi dan Hayyin Muhdzar, "Ijtihad Antara Teks, Realitas dan Kemaslahatan Sosial"*, (Jakarta: Erlangga, 2000), h. 19

- (3) Masalah menurut Abduljabbar dari Mu'tazilah yaitu segala sesuatu yang harus dikerjakan oleh manusia untuk menghindari madharat.⁵⁹
- (4) Menurut Dr. Jalaluddin Abdur Rahman masalah merupakan bentuk tunggal dari kata masalih, masalih berarti setiap kebaikan untuk kepentingan hidup manusia. Di sebut kebaikan apabila bermanfaat. Akan tetapi yang di maksud dengan kemaslahatan di sini yaitu terpeliharanya tujuan-tujuan syari'at yang di batasi dengan beberapa batasan dan tidak diaplikasikan pada hal yang ditimbulkan oleh hawa nafsu maupun keinginan-keinginan manusia saja.⁶⁰

Berdasarkan pendapat ulama di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam hal ini adanya perbedaan antara pengertian masalah secara umum (bahasa) dan pengertian masalah secara syara'. Pengertian masalah secara bahasa lebih menekankan pada tujuan pemenuhan kebutuhan manusia dan mengandung pengertian untuk mengikuti hawa nafsu maupun syahwat. Sedangkan masalah dalam arti syara' lebih menekankan pada bahasan ushul fikih, yang menjadikan tujuan syara' sebagai dasar dalam menetapkan hukum.

⁵⁹ Al-Syathibi, *Aspek Teologis Konsep Masalah dalam Kitab Al-Muwafaqat*, (Jakarta: Erlangga, 2007), h. 80.

⁶⁰ Amin Farid, *Kemaslahatan dan Pembaharuan...*, h. 15.

Dalam kitab *Al-Maqashid*, Yusuf Hamid yang di kutip oleh Amir Syarifuddin menjelaskan keistimewaan masalah syar'i dibandingkan dengan masalah secara umum, diantaranya yaitu:⁶¹

- (1) Masalah syar'i menjadikan petunjuk syara' sebagai sandaran utama, bukan hanya berdasarkan pada akal manusia, karena akal manusia kurang sempurna, selalu di batasi oleh ruang dan waktu, bersifat subjektif, relatif, serta mudah terpengaruh pada lingkungan dan dorongan hawa nafsu.
- (2) Pengertian masalah dalam perspektif syara' tidak hanya untuk kepentingan semusim, namun berlaku sepanjang masa.
- (3) Dalam memandang baik atau buruk, masalah syar'i memandang secara mental-spiritual atau ruhaniyah, dan bukan terbatas pada fisik jasmani saja.

Dengan kata lain bentuk masalah memiliki dua ciri khusus yaitu:⁶²

- (1) Membawa manfaat yaitu mewujudkan manfaat, kebaikan maupun kesenangan bagi manusia. Efek manfaat atau kebaikan tersebut akan dirasakan secara langsung maupun dirasakan di kemudian hari. Misalnya perintah berpuasa yang diperintahkan oleh Allah bertujuan untuk menghindarkan diri dari perbuatan yang di larang, selain itu juga dengan berpuasa kesehatan akan terjaga.
- (2) Menolak kerusakan yaitu menghindarkan manusia dari keburukan dan kerusakan. Keburukan atau kerusakan dapat dirasakan secara

⁶¹ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, h. 345-346.

⁶² Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, h. 222

langsung maupun dirasakan dikemudian hari. Misalnya larangan berzina, larangan melakukan zina bertujuan melindungi diri dari kerusakan seperti penyakit AIDS.

Ibnu Asyur mendefinisikan *masalahah* adalah perbuatan yang mendatangkan kebaikan, mendatangkan manfaat selamanya bagi khalayak umum maupun individu. *Maslahah* ini dalam *muamalah* modern bersifat abadi, mayoritas, bersifat umum atau khusus.⁶³

Maslahah khusus adalah *masalahah* yang dirasakan manfaatnya oleh individu dengan munculnya perbuatan dari para individu untuk kepentingan masyarakat. *Maslahah* ini mulanya untuk individu, kemudian menjadi *masalahah* umum sebagai konsekuensi logis dari *masalahah* khusus.⁶⁴

b) Macam-Macam *Maslahah*

Maslahah dalam artian syara' bukan hanya disandarkan pada pertimbangan akal saja, namun lebih jauh lagi yaitu sesuatu yang di anggap baik oleh akal juga harus sesuai dengan tujuan syara'. Tujuan syara' yang di maksud yaitu memelihara lima pokok prinsip kehidupan, seperti larangan berzina. Dalam larangan ini mengandung *masalahah* karena bertujuan untuk memelihara keturunan. Oleh karena itu penetapan hukum tersebut telah sejalan dengan prinsip dasar manusia.⁶⁵

⁶³ Moh. Thoriquddin, *Pengelolaan Zakat Produktif Perspektif Maqasid Al-Syari'ah Ibnu 'Asyur*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2015), h. 138.

⁶⁴ Moh. Thoriquddin, *Pengelolaan Zakat Produktif....* h. 138-139.

⁶⁵ Ahmad Al-Raysuni dan Muhammad Jamal Barut, *Al-Ijtihad, Al-Nash, Al-Waqi'i, Al-Maslahah, Terj. Ibnu Rusydi dan Hayyin Muhdzar, "Ijtihad Antara Teks, Realitas dan Kemaslahatan Sosial"*, (Jakarta: Erlangga, 2000), h. 19..

Maslahah di bagi menjadi beberapa cabang. Jika di lihat dari segi kekuatan sebagai hujjah untuk menetapkan hukum, masalahah terbagi menjadi 3, yaitu:

- (1) *Maslahah dharuri* adalah kemaslahatan yang sangat dibutuhkan manusia dalam menopang kehidupannya. Apabila salah satu prinsip tersebut tidak ada, maka kehidupan manusia tidak sempurna. Dengan kata lain, menjauhi larangan Allah SWT berarti masalahah dalam tingkat dharuri, seperti larangan murtad (memelihara agama), larangan membunuh (memelihara jiwa), larangan minum khamer (memelihara akal), larangan berzina (memelihara keturunan), larangan mencuri (memelihara harta).
- (2) *Maslahah hajiyyah* yaitu kemaslahatan yang tidak secara langsung memenuhi kebutuhan pokok, akan tetapi secara tidak langsung menuju ke arah tersebut dalam hal memberikan kemudahan bagi pemenuhan kehidupan manusia.
- (3) *Maslahah tahsiniyah* yaitu kemaslahatan yang perlu dipenuhi dalam rangka memberikan kesempurnaan serta keindahan bagi hidup manusia.

Apabila terjadi perbenturan kepentingan antar *maslahah*, maka harus didahulukan *dharuri* atas *hajiyyah*, dan didahulukan *hajiyyah* atas *tahsiniyah*. Selain itu juga apabila terjadi perbenturan antara sesama dharuri, maka yang diutamakan yaitu yang menduduki tingkat yang lebih tinggi. Sehingga masalahah yang dapat diterima (*mu'tabarah*) merupakan

masalah yang bersifat hakiki, yaitu meliputi lima jaminan dasar, seperti:⁶⁶

- (1) Kemaslahatan keyakinan agama
- (2) Kemaslahatan jiwa
- (3) Kemaslahatan akal
- (4) Kemaslahatan keluarga dan keturunan
- (5) Kemaslahatan harta benda

Selain itu, dari adanya keserasian antara anggapan baik oleh akal dengan tujuan syara' dalam menetapkan hukum, di tinjau dari maksud usaha dalam mencari dan menetapkan hukum, terbagi menjadi tiga, yaitu:⁶⁷

(1) *Al-maslahah al-mu'tabaroh*

Al-maslahah al-mu'tabaroh merupakan masalah yang secara tegas di akui syariat serta telah ditetapkan ketentuan-ketentuan hukum untuk merealisasikannya. Ketentuan syari' tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung yang digunakan sebagai alasan penetapan hukum. Masalah ini terbagi menjadi dua, yaitu:

a. *Al-munasib al-mu'atstsir*

Al-Munasib al-mu'atstsir merupakan masalah yang di dalam menetapkan hukum terdapat petunjuk syara' secara langsung dari pembuat hukum (syari') baik dalam bentuk nash ataupun ijma.

b. *Munasib Mulaim*

⁶⁶ Muhammad Abu Zahrah, *Ushul al-Fiqh, Terj. Saefullah Ma'shum, dkk, "Ushul fiqih"*, (Jakarta: Pustaka firdaus, 2008), h. 424-425.

⁶⁷ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, h. 222.

Munasib Mulaim yaitu masalah yang tidak terdapat petunjuk langsung dari syara', baik dalam bentuk nash maupun isyara. Namun secara tidak langsung masalah tersebut mengandung petunjuk syara' yang menetapkan bahwa keadaan itulah yang ditetapkan oleh syara'.

Dari penjelasan di atas, walaupun bentuk masalah dalilnya tidak secara langsung, namun masih ada perhatian syara' kepada masalah tersebut.

(2) *Maslahah Mulghoh*

Maslahah mulghoh yaitu suatu masalah yang di anggap baik oleh akal manusia, namun tidak adanya perhatian syara' dan ada petunjuk syara' yang menolaknya. Hal ini dapat diartikan bahwa akal menganggap baik dan tidak bertentangan dengan tujuan syara', akan tetapi syara' menentukan hukum yang berbeda dengan apa yang di tuntut oleh masalah tersebut.

(3) *Maslahah Mursalah*

Maslahah Mursalah yaitu suatu masalah yang di anggap baik oleh akal manusia. Dalam penetapan hukumnya, masalah mursalah telah sejalan dengan tujuan syara', akan tetapi tidak ada petunjuk syara' yang memperhitungkannya maupun menolaknya.⁶⁸ Juhur ulama telah sepakat menggunakan *maslahah mu'tabarah* dan menolak *maslahah mulghah*. Namun penggunaan *maslahah mursalah* sebagai dasar penetapan

⁶⁸ Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Ushulul Fiqh, Terj. Noer Iskandar Al-Bansany, dkk, "Kaidah-Kaidah Hukum Islam"*, (Jakarta: CV Rajawali, 1989), h. 126.

hukum, menjadi perbincangan yang berkepanjangan di kalangan para ulama. Menurut istilah *masalah* yaitu manfaat. *Mursalah* yaitu lepas. Oleh karena itu masalah mursalah yaitu masalah yang lepas dari dalil yang khusus.⁶⁹ Sedangkan menurut ahli ushul masalah mursalah merupakan kemaslahatan yang tidak ditetapkan hukumnya oleh syara' dan tidak ada dalil yang melarang maupun mewajibkannya.⁷⁰

Selain itu, ada beberapa macam definisi *masalah mursalah* menurut ulama ushul fikih, yaitu:

- (1) *Maslahah mursalah* menurut Amin Abdullah yaitu menetapkan hukum pada suatu masalah yang tidak disebutkan ketentuannya dalam Al-Qur'an maupun Sunnah. Penetapan ini dilakukan sebagai upaya mencari kemaslahatan dan menolak kerusakan dalam kehidupan manusia.⁷¹
- (2) Menurut Dr. Nasrun Rusli, *masalah mursalah* yaitu suatu upaya dalam menetapkan hukum yang berdasarkan atas kemaslahatan, dan tidak ditetapkan hukumnya dalam nash maupun ijma, serta tiada penolakan atasnya secara tegas, akan tetapi kemaslahatan tersebut di dukung oleh dasar syari'at yang bersifat umum dan pasti yang sesuai dengan tujuan syara'.⁷²

⁶⁹ Satria Effendi dan M. Zein, *Ushul Fiqh*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), h. 73.

⁷⁰ M. Asywadie Syukur, *Pengantar Ilmu Fikih dan Ushul Fikih*, (Surabaya: PT Bima Ilmu, 1990), h. 117.

⁷¹ Amin Abdullah, *Madzhab Jogja Menggagas Paradigma Ushul Fiqh Kontemporer*, (Djogjakarta: Ar-Ruzz Press, 2002), h. 234.

⁷² Nasrun Rusli, *Konsep Ijtihad Al-Syaukani*, (Jakarta: Logos, 1999), h. 33.

(3) Selain itu menurut Dr. Muhammad Yusuf Musa *masalah mursalah* yaitu segala kemaslahatan dengan menarik manfaat atau menolak keburukan dan tidak ada ketentuan syari' yang mendukung maupun menolaknya.⁷³

Berdasarkan beberapa uraian diatas, maka dapat di tarik kesimpulan tentang hakikat dari *masalah mursalah*, yaitu:⁷⁴

- (1) Sesuatu yang di anggap baik oleh akal, dengan pertimbangan dapat mendatangkan kebaikan dan menghindarkan dari keburukan.
- (2) Sesuatu yang di anggap baik oleh akal harus selaras dengan tujuan syara' dalam menetapkan hukum.
- (3) Apa yang di anggap baik oleh akal, dan senafas dengan tujuan syara', tidak terdapat petunjuk syara' secara khusus yang menolaknya, dan tidak ada petunjuk syara' yang mengaturnya.

⁷³ Amin Farih, *Kemaslahatan dan Pembaharuan....*, h. 15.

⁷⁴ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, h. 222.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah berbagai cara yang dilakukan bertujuan untuk mencari penyelesaian dengan menganalisa terhadap satu atau beberapa gejala permasalahan secara mendalam. Metode adalah cara kerja atau tata kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran dari ilmu pengetahuan yang bersangkutan.⁷⁵ Sedangkan penelitian adalah suatu kerja ilmiah yang bertujuan mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologis, dan konsisten.⁷⁶

Metode penelitian mempunyai peranan yang sangat penting dalam penelitian dan pengembangan pengetahuan karena mempunyai beberapa fungsi

⁷⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cet. ke-3, (Jakarta: Universitas Indonesia, 1986), h. 7.

⁷⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mumadji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), h. 1.

antara lain adalah untuk menambah kemampuan para ilmuwan untuk mengadakan atau melaksanakan penelitian secara lebih baik atau lebih lengkap serta untuk memberikan kemungkinan yang lebih besar, untuk meneliti hal-hal yang belum diketahui. Oleh sebab itu metode penelitian merupakan suatu unsur yang mutlak harus ada di dalam penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan.⁷⁷ Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Permasalahan yang telah dirumuskan diatas akan dijawab atau dipecahkan dengan metode penelitian hukum empiris,⁷⁸ yaitu penelitian yang berkaitan dengan pendapat dan perilaku anggota masyarakat dalam hubungan hidup bermasyarakat. Dengan kata lain, penelitian empiris mengungkapkan implementasi hukum yang hidup dalam masyarakat melalui perbuatan yang dilakukan oleh masyarakat.⁷⁹

Penelitian hukum ini membutuhkan data-data dari informan/sumbernya yaitu para produsen tas Tanggulangin, para penjual toko tas *fashion* palsu di Kota Kediri, serta para pengguna tas *fashion* palsu yang didapatkan dengan observasi dan wawancara.

⁷⁷ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, h. 7.

⁷⁸ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Cet. Ke-1, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004), h. 40.

⁷⁹ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Edisi Revisi VI. Cet.13 (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 23.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan adalah cara pandang atau paradigma yang terdapat dalam suatu bidang ilmu. Sedangkan sosiologi merupakan ilmu yang mempelajari hidup bersama dalam masyarakat, dan menyelidiki ikatan-ikatan antar manusia.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan yuridis sosiologis yaitu pendekatan yuridis artinya meneliti peraturan perundang-undangan tertentu yang berlaku dalam masyarakat. Artinya meneliti penerapan peraturan yang berlaku untuk diketahui tingkat keefektivitasnya di masyarakat. Sedangkan pendekatan sosiologis artinya melakukan penelitian terhadap keadaan nyata dengan maksud dan tujuan untuk menemukan fakta (*fact finding*) yang kemudian dilanjutkan dengan menemukan masalah (*problem finding*) kemudian menuju pada identifikasi masalah (*problem identification*).⁸⁰ Pendekatan sosiologi digunakan untuk mendeskripsikan data yang ditemukan di lapangan tentang fenomena penggunaan tas *fashion* palsu oleh masyarakat.

Jadi jika diambil kesimpulan arti dari pendekatan sosiologi ialah sebuah studi atau penelitian untuk mempelajari hidup bersama dalam masyarakat. Peneliti disini akan membaur bersama masyarakat para produsen tas, para penjual, dan para pengguna tas *fashion* palsu di kota Kediri.

3. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengambil lokasi penelitian di beberapa pusat perbelanjaan di Kediri. Seperti Pasar Bandar, Pasar Pahing, Pasar Setonobetek,

⁸⁰ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, h. 10.

toko-toko pinggir jalan yang menjual tas *fashion* palsu. Dikarenakan ramainya pengunjung setiap harinya. Dan di setiap pasar terdapat banyak sekali toko yang didalamnya menjual tas *fashion* palsu. Selain itu penulis juga mendatangi sentra *home industry* tas *fashion* palsu di daerah Tanggulangin, Sidoarjo selaku salah satu produsen tas terbesar di Indonesia.

4. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah merupakan data primer dan data sekunder,⁸¹ yang bersumber dari:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti langsung di lapangan. Berdasarkan bentuk dan pendekatan penelitian seperti ini, data primer adalah data yang dicari sendiri oleh peneliti lebih banyak bersumber dari manusia (*human source*). Data primer ini diperoleh dari hasil observasi dan wawancara penulis dengan para produsen tas Tanggulangin, pemilik toko tas *fashion* palsu dan para pengguna tas *fashion* palsu di Kota Kediri.
- b. Data sekunder, merupakan informasi yang diperoleh dari buku-buku atau dokumen tertulis, terdiri dari buku-buku yang membahas jual beli, merek, dan *masalah*.⁸²
- c. Data Tersier atau data penunjang, yaitu bahan-bahan yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap sumber data primer dan sekunder, diantaranya adalah kamus, ensiklopedia dan lain-lain.⁸³

⁸¹ Soerjono Soekanto..., *Penelitian Hukum Normatif*..., h. 24.

⁸² Zainuddin dan Muhammad Walid, *Pedoman Penulisan Skripsi*, (Malang: Fakultas Tarbiyah UIN Malang, 2009), h. 43.

5. Metode Pengumpulan Data

Dalam bagian ini penulis bisa mendapatkan data yang akurat dan otentik karena dilakukan dengan mengumpulkan sumber data baik data primer, sekunder, dan tersier yang disesuaikan dengan pendekatan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

a. Kuesioner/Angket

Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Instrumen atau alat pengumpulan datanya juga disebut angket berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden.⁸⁴ Responden mempunyai kebebasan untuk memberikan jawaban atau respon sesuai dengan persepsinya.

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dimana peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden.⁸⁵ Karena angket dijawab atau diisi oleh responden dan peneliti tidak selalu bertemu langsung dengan responden, maka dalam menyusun angket perlu diperhatikan beberapa hal. *Pertama*, sebelum butir-butir pertanyaan atau pernyataan ada pengantar atau petunjuk pengisian. *Kedua*, butir-butir pertanyaan dirumuskan secara jelas menggunakan kata-kata yang lazim digunakan (populer),

⁸³ Bambang Sugono, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 114.

⁸⁴ Sutopo, *Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006), h. 82.

⁸⁵ Sutopo, *Penelitian Kualitatif*..... h. 43.

kalimat tidak terlalu panjang. *Dan ketiga*, untuk setiap pertanyaan atau pernyataan terbuka dan berstruktur disesuaikan kolom untuk menuliskan jawaban atau respon dari responden secukupnya.

b. Wawancara Langsung

Wawancara adalah situasi peran antara pribadi bertatap muka, ketika seorang yakni pewawancara (*interviewer*) mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah penelitian kepada narasumber.⁸⁶ Dalam wawancara tersebut semua keterangan yang diperoleh mengenai apa saja yang diinginkan dicatat dengan baik. Peneliti disini mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan, untuk dijawab secara lisan pula.⁸⁷ Peneliti disini akan bertatap muka langsung, bertanya jawab dengan masyarakat selaku sumber informasi diantaranya para produsen tas Tanggulangin, para pemilik toko tas *fashion* palsu di Kota Kediri, dan para pengguna tas *fashion* palsu.

Penulis disini mewawancarai para produsen tas Tanggulangin, para pemilik toko tas *fashion* palsu Kota Kediri dan juga penulis mewawancarai pengguna tas *fashion* palsu.

c. Observasi

Dimana observasi disini biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian. Observasi langsung dilakukan terhadap obyek di tempat terjadi atau

⁸⁶ Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 82.

⁸⁷ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Cet. Ke-11, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005), h. 110-111.

berlangsungnya peristiwa, sehingga observer berada bersama obyek yang diselidikinya. Yaitu peneliti meneliti di daerah Kota Kediri dan Tanggulangin (Kabupaten Sidoarjo) selaku produsen tas *fashion* palsu.

6. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Warsito, populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa, sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian.⁸⁸

Populasi yang penulis gunakan sebagai objek penelitian adalah para produsen tas *fashion* palsu di Tanggulangin (Kabupaten Sidoarjo), para penjual tas *fashion* palsu Kota Kediri, dan para pengguna tas *fashion* palsu Kota Kediri.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Penetapan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis metode purposive sampling. Yakni teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu disini misalnya orang tersebut yang dianggap tahu tentang apa yang kita harapkan sehingga memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi yang diteliti. Atau dengan kata lain pengambilan sampel diambil berdasarkan kebutuhan penelitian.⁸⁹

Jadi, penentuan sampel dalam penelitian kualitatif diadakan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung. Caranya yaitu

⁸⁸ Hermawan Warsito, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992), h. 49.

⁸⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 300.

seorang peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan, selanjutnya berdasarkan data atau informasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya itu peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap.⁹⁰

Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seperti dalam tabel berikut:

No.	Status	Jumlah
1.	Produsen Tas <i>Fahion</i> Palsu (Tanggulangin, Kab. Sidoarjo)	11
2.	Penjual Tas <i>Fahion</i> Palsu (Kota Kediri)	10
3	Pengguna Tas <i>Fahion</i> Palsu (Kota Kediri)	15
Jumlah		36

7. Metode Pengolahan Data

a. *Editing* (pemeriksaan ulang)

Yaitu meneliti kembali catatan para pencari data untuk mengetahui apakah catatan tersebut sudah cukup baik dan dapat segera dipersiapkan untuk keperluan proses berikutnya.⁹¹ Disini peneliti memeriksa kembali semua data terutama dalam aspek kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian dan relevansinya dengan data lain. Data yang telah dikumpulkan melalui catatan dan daftar pertanyaan dibaca kembali dan diperbaiki

⁹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian....*, h.301.

⁹¹ Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), h. 270.

oleh peneliti, apabila masih ada kekeliruan atau ketidakjelasan. Tujuan dari tahap *Editing* adalah untuk mengurangi kesalahan atau kekurangan yang ada di dalam daftar pertanyaan yang sudah diselesaikan.⁹²

b. *Classifying* (Pengumpulan Data)

Yaitu mengklasifikasikan data-data yang telah diperoleh agar lebih mudah dalam melakukan pembacaan data sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.⁹³ Peneliti disini akan mengklasifikasikan jawaban-jawaban dari para responden ke dalam kategori-kategori.⁹⁴

c. *Verifying* (Konfirmasi)

Yaitu langkah dan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data dan informasi dari lapangan, yang mana data dan informasi tersebut diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian,⁹⁵ sehingga selanjutnya dapat mempermudah peneliti melakukan analisisnya. Untuk mengetahui hal ini peneliti mengambil rujukan dari buku atau bahan dokumen lain.

Data-data yang diperoleh dan telah diklasifikasikan, akan diserahkan kepada informan untuk diperiksa kembali kebenarannya (*cross check*). Hal ini dilakukan agar validitasnya diakui oleh pembaca.

⁹² Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 153.

⁹³ LKP2M, *Research Book for LKP2M*, (Malang: LKP2M UIN Malang, 2005), h. 60.

⁹⁴ LKP2M, *Research Book...*, h. 154.

⁹⁵ Nana Sudjana dan Ahwal Kusumah, *Proposal Penelitian di Perguruan Tinggi*, (Bandung: Sinar Baru Algasindo, 2000), h.84

d. Analyzing (Analisis data)

Yaitu menganalisa data mentah yang berasal dari informan untuk dipaparkan kembali dengan kata-kata yang mudah dicerna serta dipahami. Adapun metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu penelitian yang berupaya menghimpun data dan informasi yang telah ada atau telah terjadi di lapangan.⁹⁶ Analisis merupakan upaya pengelompokan data dengan mempelajari dan memilah data menjadi suatu yang dapat dikelola dan menemukan apa yang penting dari apa yang dipelajari atau dengan kata lain, analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasi.⁹⁷


Disini peneliti akan menganalisis data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara jika ditinjau dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan *Maslahah*.

e. Concluding (Penarikan Kesimpulan)

Penarikan kesimpulan secara umum dari analisis penelitian yang kemudian dilanjutkan dengan menarik kesimpulan penelitian yang merupakan hasil dari penelitian ini.

⁹⁶ Nana Sudjana, *Proposal Penelitian....*, h.85.

⁹⁷ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 184.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Kota Kediri

Kota Kediri adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 130 km sebelah barat daya Surabaya dan merupakan kota terbesar ketiga di Jawa Timur setelah Surabaya dan Malang menurut jumlah penduduk. Kota Kediri memiliki luas wilayah 63,40 km² dan seluruh wilayahnya berbatasan dengan Kabupaten Kediri. Kota Kediri terbelah oleh sungai Brantas yang membujur dari selatan ke utara sepanjang 7 kilometer.

Kota Kediri berada pada jalur transportasi regional yang menghubungkan Kota Surabaya dengan Tulungagung, Nganjuk dan Malang, dalam konteks pengembangan wilayah Provinsi Jawa Timur, Kota Kediri merupakan pusat pengembangan SWP Kediri dan sekitarnya yang

meliputi: Kabupaten Kediri, Nganjuk, Trenggalek dan Tulungagung. Kota Kediri termasuk dalam klasifikasi Kota Menengah. Sebagai pusat SWP, Kota Kediri memiliki fungsi sebagai pusat pelayanan tersier yakni industri, perdagangan, pemerintahan dan pendidikan tinggi. Keberadaan *economic base*, yakni industri pengolahan tembakau (PT. Gudang Garam), memberikan andil yang cukup besar sebagai pendorong utama aktivitas perekonomian masyarakat.⁹⁸

Untuk meningkatkan perekonomian sekaligus memberikan kenyamanan dalam kegiatan berbelanja sehingga pengunjung merasa lebih betah dan nyaman berada dalam kawasan perbelanjaan. Saat ini di Kota Kediri telah berdiri beberapa pusat-pusat perbelanjaan yang sedang berkembang pesat yakni kawasan *Center Bussines Distric* (CBD) Dhoho, Patimura, Joyoboyo Trade Center, Hayam Wuruk Trade Center, Graha Brawijaya, Pasaraya Sri Ratu, dan Kediri Mall, Golden Swalayan, Matahari, Ramayana, Plaza Dhoho dan Pasar Grosir hasil pertanian di Ngronggo, pasar tradisional, Setonobetek, Pasar Bandar dan Pasar Pahing yang selama ini telah dikenal sebagai sentra perkulakan bagi masyarakat sekaresidenan Kediri.

B. Profil Kabupaten Sidoarjo

Kabupaten Sidoarjo merupakan daerah di Jawa Timur, Indonesia yang memiliki posisi sangat strategis. Berbatasan dengan Surabaya sebagai kota metropolitan kedua di Indonesia, Sidoarjo mendapatkan dampak yang

⁹⁸ https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Kediri, diakses tanggal 30 Mei 2016.

positif bagi pertumbuhan daerahnya. Sidoarjo menjadi daerah yang selalu dilintasi arus transportasi dari Surabaya ke daerah lain seperti Mojokerto, Malang, Pasuruan, dan Gresik. Luas wilayah Kabupaten Sidoarjo adalah 714,24 km² dengan kawasan terluas adalah perairan. Kabupaten Sidoarjo merupakan daerah yang memiliki pertumbuhan bagus.

Kondisi demografi tersebut membuat Sidoarjo memiliki pertumbuhan ekonomi yang positif setiap tahun. Hal tersebut dibuktikan dengan pertumbuhan ekonomi sektor unggulannya yaitu pengangkutan & komunikasi, listrik, gas, dan air bersih, serta sektor perdagangan dan kuliner.⁹⁹

Kabupaten Sidoarjo sebagai salah satu penyangga Ibukota Propinsi Jawa Timur merupakan daerah yang mengalami perkembangan pesat. Keberhasilan ini dicapai karena berbagai potensi yang ada di wilayahnya seperti industri dan perdagangan, pariwisata, serta usaha kecil dan menengah dapat dikemas dengan baik dan terarah.

Dengan adanya berbagai potensi daerah serta dukungan sumber daya manusia yang memadai, maka dalam perkembangannya Kabupaten Sidoarjo mampu menjadi salah satu daerah strategis bagi pengembangan perekonomian regional.¹⁰⁰

Tanggulangi adalah salah satu wilayah kecamatan di Kabupaten Sidoarjo yang kebanyakan penduduknya merupakan industri kecil kerajinan kulit. Sentra kerajinan kulit di Tanggulangi itu berlokasi di Jl. Kedensari

⁹⁹ <http://www.sidoarjokab.go.id/index.php?p=duniausaha&p2=24>, diakses tanggal 5 Juli 2016.

¹⁰⁰ http://www.sidoarjokab.go.id/index.php?p=layanan&p2=profil_kabupaten, diakses tanggal 5 Juli 2016.

Tanggulangin. Berbagai macam kebutuhan yang berbahan kulit di produksi di tempat ini mulai dari sandal, sepatu, tas , dompet, koper, jaket serta barang yang berbahan dasar kulit lainnya. Kerajinan kulit sebenarnya sudah berdiri sejak tahun 1939 , pada saat itu beberapa perajin Tas Tanggulangin memulai dengan pembuatan tas dan koper. Pada tahun 1976 didirikanlah Koperasi Industri Tas dan Koper atau yang disebut INTAKO.

Kawasan ini tergolong ramai pengunjung , jarang sekali didapati sepi dari pengunjung, puncak keramaian pengunjung terjadi bila menjelang musim liburan sekolah atau libur nasional seperti lebaran. Pengunjung berdatangan dari berbagai daerah di tanah air bahkan ada pula dari manca negara. Sangat mudah untuk mencapai salah satu objek wisata belanja terkemuka di Jawa Timur ini, karena letaknya ada di jalan raya Malang-Sidoarjo dan beberapa meter dari jalan raya Malang-Surabaya (lewat tol). Sekitar 20 km Bila dari Bandara Internasional Juanda.

Ketika memasuki area Industri kecil Tanggulangin, anda akan disambut oleh banyak ruko yang berbaris rapi disisi kanan maupun disisi kiri jalan. Untuk pengunjung yang suka *fashion*, di kawasan ini juga penuh toko-toko dengan desain *fashionable* tentunya dengan banyak pola ter-update yang biasa dapat anda lihat. Oleh karena itu, pelanggan bisa saja menikmati *window shopping*, sebelum memasuki toko untuk memilih.

Berbagai produk yang ditawarkan memiliki variant harga yang kompetitif antar toko dan relatif murah, berkisar antara Rp 35.000 s/d puluhan juta rupiah. walaupun dengan harga yang relatif murah tetapi untuk

segi kualitas jangan di anggap remeh, karena memang sudah terbukti hasil dari pengrajin kulit Tanggulangin telah terkenal akan kualitas yang tinggi serta keawetan produknya. Hampir satu kecamatan di Tanggulangin mayoritas bermata pencaharian sebagai produsen, terutama produsen tas *fashion*. Mereka memproduksi di rumah-rumah mereka, selain memproduksi tas banyak pula yang menerima jasa menjahit tas pesanan konsumen, disini konsumen membawa bahan tas kemudian produsen yang membuat tas sesuai dengan keinginan konsumen. Harganya sangat bervariasi tergantung tingkat kerumitan model tas yang diinginkan konsumen. Di Tanggulangin bentuknya *home industry* bukan perusahaan yang memproduksi tas-tas *fashion* palsu.

C. Paparan Data dan Analisis Data

1. Praktik Jual Beli Tas *Fashion* Palsu di Kota Kediri

Maraknya perdagangan tas palsu, atau biasa disebut tas KW menjadi gambaran betapa minimnya sebuah bentuk penghargaan terhadap hak kekayaan intelektual. Terbukti dari ramainya toko yang menjual tas palsu mulai dari toko-toko pinggir jalan, pasar, bahkan pusat perbelanjaan bergengsi. Peminatnya tidak hanya berasal dari kalangan bawah akan tetapi masyarakat kalangan atas pun juga tidak memungkiri bahwa mereka juga sangat gemar membeli tas palsu.

Dalam penelitian ini, *pertama* penulis melakukan wawancara kepada beberapa pemilik toko tas *fashion* palsu di Kota Kediri tentang alasan mereka menjual tas *fashion* palsu. Berikut hasil wawancara penulis:

- a. Pertama, peneliti mewawancarai Andita, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “*Three_ta Shop*”, Pasar Pahing Kota Kediri.¹⁰¹

“Laris banget mbak. Di toko saya ini kan saya jualnya tas cewek ya, itu banyak banget yang beli. Jadi ya menguntungkan aja gitu mbak buat saya. Banyak orang-orang pada mesen sama saya mulai dari anak sekolah, orang-orang kerja sampai ibuk-ibuk banyak langganan saya kesini.”

- b. Ke-dua, peneliti mewawancarai Rosi Laila Sari, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “*Toko Dewi Kilisuci 2*”, Jl. KH. Wachid Hasyim, Bandar Lor, Mojoroto, Kota Kediri.¹⁰²

“Banyak peminat mbak, jadinya tiap hari ramai pembeli. Modelnya macem-macem banyak yang suka. Keuntungan sendiri buat saya, Alhamdulillah.”

- c. Ke-tiga, peneliti mewawancarai Rifky, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “*Toko Joyoboyo*”, Jl. Joyoboyo, Kota Kediri.¹⁰³

“Banyak peminat mbak, jadinya tiap hari ramai pembeli. Modelnya macem-macem banyak yang suka, Alhamdulillah. Banyak orang-orang yang suka beli tas beginian mbak meskipun KW. Satu hari saya bisa dapet 3 jutaan loh jualan ini saking ramainya permintaan konsumen. Jadinya ya menguntungkan buat saya sehari-hari.”

- d. Ke-empat, peneliti mewawancarai Lutfia Septia, selaku penjual tas *fashion* palsu, “*Toko Tenang Baru*”, Komplek Jl. Dhoho, Kota Kediri.¹⁰⁴

“Laris manis mbak.”

¹⁰¹ Andita, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹⁰² Rosi Laila Sari, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹⁰³ Rifky, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹⁰⁴ Lutfia Septia, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

- e. Ke-lima, peneliti mewawancarai Yongki Edo, selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Hidayah”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹⁰⁵
“Banyak yang nyari, mbak. Gampang jualane.”
- f. Ke-enam, peneliti mewawancarai Dian selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Rohman”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹⁰⁶
“Murah, laris, untungnya banyak.”
- g. Ke-tujuh, peneliti mewawancarai Lukman Tama selaku pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Triwijaya”, Pasar Setonobetek, Kota Kediri.¹⁰⁷
“Pemasukan setiap hari lancar mbak, gampang jualane setiap hari pasti ada pembeli. Sejauh ini menjanjikan keuntungannya makanya banyak yang jual.”
- h. Ke-delapan, peneliti mewawancarai Rohmawati selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Melati”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹⁰⁸
“Banyak yang beli, mbak. Pasti ada nggak pernah nol setiap harinya paling sedikit ya 5 tas bisa laku perhari.”
- i. Ke-sembilan, peneliti mewawancarai Azizah selaku pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Azizah”, Pasar Pahing, Kota Kediri.¹⁰⁹
“Saya ya cuman meneruskan usaha orangtua saja mbak.”
- j. Ke-sepuluh, peneliti mewawancarai Imam pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Angel Bag”, Bandar Lor, Kota Kediri.¹¹⁰

¹⁰⁵ Yongki Edo, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹⁰⁶ Dian, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹⁰⁷ Lukman Tama, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹⁰⁸ Rohmawati, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹⁰⁹ Azizah, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹¹⁰ Imam, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

“Sudah banyak langganan soalnya harganya murah, modelnya banyak jadi rame toko saya setiap hari. Mau jualan yang lain ya mikir-mikir mbak iya kalo hasilnya seperti jualan begini, lah kalo nggak?kasihan pelanggan saya juga nanti lari ke orang lain. Sudah gini aja enak tiap hari ada pemasukan lah meskipun sedikit. Jarang banget sedikitnya, banyak ramena.”

Itulah pendapat dari sepuluh narasumber penulis selaku pemilik toko tas *fashion* palsu di Kota Kediri. Bahwa memang alasan para pemilik toko menjual tas *fashion* palsu memang banyaknya permintaan dari konsumen sehingga penjual merasakan keuntungan yang besar atas hasil jual beli tas *fashion* palsu ini.

Kedua, penulis melakukan wawancara kepada beberapa pemilik toko tas *fashion* palsu di Kota Kediri tentang kisaran harga tas *fashion* palsu yang mereka jual. Berikut hasil wawancara penulis:

- a. Andita, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “*Three_ta Shop*”, Pasar Pahing Kota Kediri.¹¹¹

“Yah macem-macem mbak, yang Rp. 35.000 an ada tuh tas slempang. Rp. 50.000-an, Rp. 65.000-an, kalo yang bagus ada yang Rp. 200.000, Rp. 400.000.”

- b. Rosi Laila Sari, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Dewi Kilisuci 2”, Jl. KH. Wachid Hasyim, Bandar Lor, Mojoroto, Kota Kediri.¹¹²

¹¹¹ Andita, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹¹²Rosi Laila Sari, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

“Kalau di toko Dewi Kilisuci sendiri kan ada 2 cabang mbak ya, disini sama di Jl. Setono Pande sana, kita jualnya Rp. 65.000 an all item. Semua model Rp. 65.000 an.”

- c. Rifky, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Joyoboyo”, Jl. Joyoboyo, Kota Kediri.¹¹³

“Disini macem-macem mbak harganya, saya jualnya kan itu bisa mbak liat sendiri ada tas cewek ada tas cowok. Yang tas cewek itu rata-rata harga pasar lah Rp. 65.000 an. Kalo tas cowok memang yang macem-macem soalnya pengirimnya beda, lebih mahal tas cowok diatas seratusan.”

- d. Ke-empat, peneliti mewawancarai Lutfia Septia, selaku penjual tas *fashion* palsu, “Toko Tenang Baru”, Komplek Jl. Dhoho, Kota Kediri.¹¹⁴

“Macem-macem mbak. Paling murah Rp. 65.000 an. Paling mahal ya macem-macem sih tergantung sampean pilih yang mana.”

- e. Yongki Edo, selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Hidayah”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹¹⁵

“Tinggal samean aja milih yang mana nanti tak sebut harga.”

- f. Dian selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Rohman”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹¹⁶

“Tas cewek lebih murah mbak, tas cowok yang agak mahal.”

- g. Lukman Tama selaku pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Triwijaya”, Pasar Setonobetek, Kota Kediri.¹¹⁷

¹¹³ Rifky, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹¹⁴ Lutfia Septia, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹¹⁵ Yongki Edo, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹¹⁶ Dian, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹¹⁷ Lukman Tama, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

“Tas yang mana dulu? Tas anak-anak 60 an ada, tas cewek 65 an ada, tas cowok macem-macem tapi lebih mahal.”

- h. Rohmawati selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Melati”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹¹⁸

“Tas cewek kayak punyaanya samean gini 65 an, harga pasaran itu udahan.”

- i. Azizah selaku pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Azizah”, Pasar Pahing, Kota Kediri.¹¹⁹

“Macem-macem mbak, kisaran 50 an sampek 150 an aku jualnya gak berani ambil tas mahal, nggak laku.”

- j. Imam pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Angel Bag”, Bandar Lor, Kota Kediri.¹²⁰

“Disini mayoritas tas cewek ya mbak, paling murah 65 an, paling mahal yang KW gitu itu 100 sampai 300 ada tergantung yang mana yang bagus.”

Itulah pendapat dari sepuluh narasumber penulis selaku pemilik toko tas *fashion* palsu di Kota Kediri. Bahwa harga dari tas palsu ini jauh lebih murah jika dibandingkan dengan harga tas merek yang asli. Harga tas merek yang asli tidak mungkin memasang bandrol semurah itu. Karena tas bermerek terkenal lebih mengedepankan kualitas. Apabila hanya dilihat sekilas memang penampilan sama, akan tetapi apabila lebih dicermati maka akan sangat berbeda terutama dari kualitas bahannya.

¹¹⁸ Rohmawati, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹¹⁹ Azizah, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹²⁰ Imam, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

Ketiga, penulis melakukan wawancara kepada beberapa pemilik toko tas *fashion* palsu di Kota Kediri tentang aturan mengenai tindak pidana perdagangan produk atau barang palsu, sesuai dengan pasal 90-94 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. Berikut hasil wawancara penulis:

- a. Andita, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “*Three_ta Shop*”, Pasar Pahing Kota Kediri.¹²¹

“*Wah nggak tau mbak kalau itu. Pokoknya saya niat dagang, nyari duit buat keluarga. Saya sudah lama jualan tas disini ya nggak pernah ada apa-apa jadinya ya saya nggak tau kalo ternyata jualan beginian itu palsu bisa dipenjara. Saya nggak tau kalo itu. Kalo seandainya nggak boleh kan harusnya pemerintah harusnya ada tindakan, tapi kenyataannya nggak ada tindakan apa-apa. Mbak kan ya liat disini yang jualan tas nggak cuman saya ya kan?, tuh banyak tapi kita disini nggak pernah di sidag gara-gara jualan kita itu palsu.*”

- b. Rosi Laila Sari, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “*Toko Dewi Kilisuci 2*”, Jl. KH. Wachid Hasyim, Bandar Lor, Mojoroto, Kota Kediri.¹²²

“*Tindak pidana? Setau saya sih nggak pernah tuh saya nemuin orang dipenjara gara-gara jualan tas KW! Saya nggak pernah tau. Kalo ’pun ada di Kediri nggak ada peringatan apa-apa tuh dari pemerintah.*”

- c. Rifky, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “*Toko Joyoboyo*”, Jl. Joyoboyo, Kota Kediri.¹²³

¹²¹ Andita, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹²² Rosi Laila Sari, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹²³ Rifky, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

“Waduh, nggak tau sama sekali saya mbak. Ya semoga nggak digusur dagangan saya. Kalau sidag memang ada tiba-tiba gitu, tapi bukan karena barang jualan saya buktinya aman-aman saja.”

- d. Lutfia Septia, selaku penjual tas *fashion* palsu, “Toko Tenang Baru”, Komplek Jl. Dhoho, Kota Kediri.¹²⁴

“Nggak tau ya mbak.”

- e. Yongki Edo, selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Hidayah”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹²⁵

“Nggak tau.”

- f. Dian selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Rohman”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹²⁶

“Sidag ada, pernah lah. Tapi kalo tindak pidana saya nggak tau eh mbak. Aman-aman saja saya sama temen-temen disini yang sama-sama jualan nggak ada masalah.”

- g. Lukman Tama selaku pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Triwijaya”, Pasar Setonobetek, Kota Kediri.¹²⁷

“Nggak ada mbak setau saya.”

- h. Rohmawati selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Melati”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹²⁸

“Nggak tau, nggak ada kali ya, mbak?.”

¹²⁴ Lutfia Septia, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹²⁵ Yongki Edo, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹²⁶ Dian, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹²⁷ Lukman Tama, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹²⁸ Rohmawati, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

- i. Azizah selaku pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Azizah”, Pasar Pahing, Kota Kediri.¹²⁹

“Mungkin saja ada, cuman saya nya aja kali ya mbak yang nggak tau.”

- j. Imam pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Angel Bag”, Bandar Lor, Kota Kediri¹³⁰

“Ada Insyaallah, tapi praktiknya saja yang tidak berjalan baik. Tidak ada tindakan sama sekali selama saya jualan seperti ini.”

Itulah pendapat dari sepuluh narasumber penulis selaku pemilik toko tas *fashion* palsu di Kota Kediri. Bahwa Pihak pemilik toko tidak mengetahui tentang adanya aturan mengenai tindak pidana perdagangan barang palsu sesuai dengan pasal 90-94 undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang merek. Mereka merasa aman-aman saja dengan barang jualan tas *fashion* palsu mereka karena tidak pernah ada peringatan atau tindakan pemerintah atas jual beli tas palsu milik mereka. Mereka juga mengatakan bahwa kerap kali ada sidag akan tetapi mereka tidak pernah diperingatkan bahkan sampai digusur atas apa yang mereka jual.

Keempat, penulis melakukan wawancara kepada beberapa pemilik toko tas *fashion* palsu di Kota Kediri mengenai pendapat mereka seandainya ada tindakan hukum dari pemerintah dengan adanya larangan untuk menjual barang palsu. Berikut hasil wawancara penulis:

¹²⁹ Azizah, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹³⁰ Imam, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

- a. Andita, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “*Three_ta Shop*”, Pasar Pahing Kota Kediri.¹³¹

“*Ya jangan mbak, eman pelangganku langan nanti aku mau kerja apalagi? Saya cari duitnya cuman disini ehh,, nggak ada lagi. Sudah lama juga soalnya saya jualan tas apalagi toko saya ya sudah dikenal banyak orang, banyak langganan soalnya disini tasnya bagus-bagus ya murah-murah jadi orang jauh pun kalo beli ya di toko saya.*”

- b. Rosi Laila Sari, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “*Toko Dewi Kilisuci 2*”, Jl. KH. Wachid Hasyim, Bandar Lor, Mojoroto, Kota Kediri.¹³²

“*Ya kalo’ pemerintah mau ngasih modal buat kita semua yang jualan barang palsu ya monggo, apalagi hasilnya lebih menguntungkan dari jualan saya kayak gini. Tapi kalo’ asal nggusur ya buat apa nglarang-nglarang kita tanpa solusi. Bener nggak mbak? Kita itu juga butuh makan, kita butuh hidup. Sama-sama butuh hidup ya sudahlah pokoknya halal kan sudah.*”

- c. Rifky, selaku penjual sekaligus pemilik toko tas *fashion* palsu, “*Toko Joyoboyo*”, Jl. Joyoboyo, Kota Kediri.¹³³

“*Nggak setuju, kenapa nggak dulu-dulu saja. Gini ini sudah banyak pelanggan mau digusur, mau dilarang. Maunya pemerintah itu apa cobak?.*”

¹³¹ Andita, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹³² Rosi Laila Sari, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹³³ Rifky, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

- d. Lutfia Septia, selaku penjual tas *fashion* palsu, “Toko Tenang Baru”, Komplek Jl. Dhoho, Kota Kediri.¹³⁴
“Nggak setuju saya, mbak. Nanti saya mau kerja apa? emangnya pemerintah mau ngasih jaminan apa buat saya?.”
- e. Yongki Edo, selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Hidayah”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹³⁵
“Nggak bijak itu namanya. Gak setuju saya.”
- f. Dian selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Rohman”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹³⁶
“Ya jelas nggak setuju lah, mbak. Kenapa nggak salesnya ada yang kenak? Kan mereka yang nawarin kita.”
- g. Lukman Tama selaku pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Triwijaya”, Pasar Setonobetek, Kota Kediri.¹³⁷
“Nggak setuju.”
- h. Rohmawati selaku penjaga toko tas *fashion* palsu, “Toko Melati”, Pasar Bandar, Kota Kediri.¹³⁸
“Waaaaaah jangan doong, kok bisa loh? Mau kita mati apa gimana pemerintah ini? Emang mau ngasih makan keluarga saya?.”
- i. Azizah selaku pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Azizah”, Pasar Pahing, Kota Kediri.¹³⁹

¹³⁴ Lutfia Septia, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹³⁵ Yongki Edo, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹³⁶ Dian, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹³⁷ Lukman Tama, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹³⁸ Rohmawati, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

¹³⁹ Azizah, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

“Ndak setuju, mbak.”

- j. Imam pemilik toko tas *fashion* palsu, “Toko Angel Bag”, Bandar Lor, Kota Kediri.¹⁴⁰

“Ya sebelumnya harus ada musyawarah dulu dengan para pedagang seperti kita. Kalau seandainya ada larangan ya dibicarakan baik-baik nggak asal comot. Namanya juga kita orang kecil nggak sepinter mereka. Kita disini kan juga cuman menjual tas milik si pembuat. Saya ambilnya dari tanggulangun mbak, lah yang di Tanggulangun aja nggak kena kok langsung kita yang kena. Kan ya nggak adil seperti itu itu”.

Itulah pendapat dari sepuluh narasumber penulis selaku pemilik toko tas *fashion* palsu di Kota Kediri. Bahwa mereka sangat tidak setuju seandainya ada tindakan hukum dari pemerintah dengan adanya larangan untuk menjual barang palsu. Mereka merasa bahwa apa yang sudah mereka jual sekarang ini sangat membantu perekonomian keluarga mereka. Mereka sangat menyayangkan para pelanggan setia mereka apabila mereka harus dilarang untuk berjualan tas *fashion* palsu. Mereka berharap apabila pemerintah berani melarang mereka berjualan tas palsu, pemerintah juga harus memberi solusi dengan memberikan pekerjaan lain yang sesuai dengan hukum terlebih pekerjaan tersebut akan lebih menguntungkan para penjual.

¹⁴⁰ Imam, wawancara (Kediri, 16 Februari 2016)

Dari sepuluh sampel ini dapat peneliti simpulkan bahwa faktor pendorong penjual menjual tas *fashion* palsu di Kota Kediri adalah:

- 1) Banyaknya permintaan dari konsumen sehingga penjual merasakan keuntungan yang besar atas hasil jual beli tas *fashion* palsu.
- 2) Pihak penjual tidak mengetahui tentang adanya aturan mengenai tindak pidana perdagangan produk atau barang palsu, sesuai dengan pasal 90-94 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.
- 3) Tidak adanya sosialisasi dari pemerintah bahwa tas *fashion* palsu yang diperjualbelikan selama ini oleh mereka (para penjual) adalah pelanggaran terhadap merek. Sehingga masyarakat menganggap bahwa perbuatan mereka bukanlah merupakan suatu kesalahan.
- 4) Tidak adanya tindakan tegas dari pemerintah daerah, dari para penegak hukum kepada masyarakat yang memperjualbelikan maupun menggunakan produk-produk hasil dari pemalsuan merek-merek terkenal.

Selain wawancara dengan pemilik toko tas *fashion* palsu, disini penulis juga melakukan wawancara kepada beberapa pemakai tas *fashion* palsu di tempat yang berbeda. *Pertama* penulis melakukan wawancara tentang alasan menggunakan tas palsu. Berikut hasil wawancara penulis:

- a. Bella Sukma, selaku pengguna tas *Prada* palsu.¹⁴¹

“Tas palsu atau asli mungkin bedanya cuman merek saja. Toh fungsinya sama. Masyarakat kan nggak semuanya mampu membeli barang yang asli. Jadi masyarakat tetap ingin menggunakan barang sesuai kebutuhan

¹⁴¹ Bella Sukma, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

mereka dengan harga yang terjangkau. Namanya barang asli harganya ya pasti mahal apalagi tas kan?. Gak semua orang bisa beli. Lah wong bawa diut Rp.50.000 aja loh sekarang bisa dapet tas merk. Iya nggak mbak? Lumayan kan buat gaya. Sah-sah saja kalau menurut saya hak masing-masing orang mau beli yang mahal atau yang murah.”

b. Diana Oktavia selaku pembeli tas pengguna tas Gucci palsu.¹⁴²

“Lifestyle. Kalau misalnya sudah dapet barang KW toh bentuknya sama aja dengan barang aslinya. Ya sudah itu jalan pintas untuk beli. Meskipun saya tau sih sebenarnya kalau seandainya membeli barang palsu itu nggak boleh. Sekedar tau aja sih, nggak mendetail. Lah wong orang-orang aja loh banyak, banyak banget malah kan yang makai. Selain itu sih kalau menurut saya memakai tas ber-merk walaupun itu palsu sih pengaruhnya besar banget loh!. Karena seseorang itu bisa dianggap sebagai kalangan sosial yang lebih tinggi daripada orang-orang yang memakai tas yang merek nya nggak terkenal.”

c. Chandra Ardin Hersandi selaku pengguna tas sling bag merek Nike palsu.¹⁴³

“Pertama sih dari harga lebih murah kan, trus tag label Vans nya yang kalo asli pasti made in luar negeri gitu deh. Kualitasnya ya jelas dibawah yang asli memang. Lebih terjangkau mahasiswa sebenarnya Des. Kalau mahasiswa kan yang penting mereknya, mau asli atau nggaknya gak mungkin dilihat. Toh yang palsu loh mirip banget kok”.

d. Jeffa Lianto Van Bee selaku pengguna tas Billabong palsu.¹⁴⁴

“Harganya murah mbak walaupun merek terkenal. Jaman sekarang orang udah mulai kenal internet, browsing kan banyak tuh pelapak-pelapak online di instagram, facebook, toko online kayak Lazada, atau apalah tuh banyak banget kan? Pengennya sih paling ngikutin gaya artis. Bahasa sosmednya tuh istilahnya kekinian kan? Padahal ya nggak kekinian, malah kesannya maksa padahal nggak ada duit, kasian mbak. Trus apalagi ya? Kualitas, iya kualitas. Menurut saya terutama anak muda loh ya? Kualitas kayaknya nggak begitu penting deh. Coba liat fotonya anak-anak instagram jaman sekarang, itu semua dari ujung sampe ujung itu sebenarnya murah semua itu aksesorisnya! cuman efek kamera aja a itu sebenarnya yang bikin bagus. Dengan berbagai macam editan sehingga pelapak-pelapak online itu bisa meyakinkan para pembeli. Jaman sekarang barang mahal sama barang murah itu hampir

¹⁴² Diana Oktavia, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

¹⁴³ Chandra Ardin Hersandi, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

¹⁴⁴ Jeffa Lianto Van Bee, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

nggak bisa di bedakan dari segi fisiknya, itupun sekilas sebelum di amati lebih dalam.”

- e. Khawarizmy al-Ghiffari selaku pengguna tas *Pollo* palsu.¹⁴⁵

“Sebenarnya nggak hanya tas sih, Insyaallah semua barangku palsu semua. Kayak tas ini Pollo ya kan? Abis itu celana Levis ini yang ku pake’ juga palsu, kemeja Fredperry ini, sepatu futsal Nike, waduh banyak wes. Ori palsu mah sama aja nggak ada bedanya. Kalo difoto sama-sama bagusnya.”

- f. Aldian selaku pengguna tas *Diesel* palsu.¹⁴⁶

“Apa ya mbak? Murah, gitu aja sih. Kalau saya beli merek apapun yang penting sesuai dengan apa yang saya perlukan. Sesuai kebutuhan lah, merek apapun.”

- g. Sunnu selaku pengguna tas *Airwalk* palsu.¹⁴⁷

“Murah banget, sesuai kantong mahasiswa. Trendy apalagi cowok ya kan? Merek itu penting banget. Mbak juga tau kan ya kalo barang cowok tuh mahal-mahal banget. Kalau ada yang murah mirip sama yang asli kenapa nggak?”

- h. Idham Nourgama selaku pengguna tas *Machbeth* palsu.¹⁴⁸

“Kalau saya sih nggak mentingin merek, saya cuman nyari yang awet. Merek apapun kalau awet ya saya beli. Soalnya saya bukan tipe orang yang mengedepankan gaya. Apa adanya mbak, buat apa ikut-ikutan gaya.”

¹⁴⁵ Khawarizmy al-Ghiffari, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

¹⁴⁶ Aldian, wawancara (Kediri, 11 Februari 2016).

¹⁴⁷ Sunnu, wawancara (Kediri, 11 Februari 2016).

¹⁴⁸ Idham Nourgama, wawancara (Kediri, 11 Februari 2016).

- i. Bagus Wibowo selaku pengguna tas *Jansport* palsu.¹⁴⁹

“Look nya sama persis sama yang asli sih! Jadinya ya udah saya beli aja. Orang yang tau itu asli ya orang-orang yang ngerti merek, itu aja. Selebihnya ya saya suka fashion sih dikit-dikit.”

- j. Ongky selaku pengguna tas *Nike* palsu.¹⁵⁰

“Kebetulan saya suka olahraga, mau beli yang adidas, nike, puma, atau merek apapun biasanya di toko-toko olahraga ya mahalnya kebangetan. Jadi gak papa lah kalau hanya sekedar tas aja, kalau celana, sepatu, kaos memang saya nyari yang bagus, yang mahal nggak papa soalnya kalau yang nempel di badan nih harus ngaruh banget sama kualitas olahraga saya. Tapi kalau tas kan nggak ngaruh di badan, di tas paling gunanya bawa kostum olahraga, peralatan olahraga, jadi ga awet pun gak ngaruh-ngaruh banget.”

- k. Aini selaku pengguna tas *Hermes* palsu.¹⁵¹

“Saya malah nggak ngerti merek mbak, saya beli yang bagus, saya suka ya saya beli. Yang penting dapet banyak kan kalo cewek bisa gonta ganti.”

- l. Wahyu selaku pengguna tas *MK* palsu.¹⁵²

“Buat apa mbak beli yang mahal-mahal toh udah gak ada bedanya jaman sekarang yang asli sama yang palsu semuanya punya merek luar negeri.”

¹⁴⁹ Bagus Wibowo, wawancara (Kediri, 11 Februari 2016).

¹⁵⁰ Ongky, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

¹⁵¹ Aini, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

¹⁵² Wahyu, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

m. Endah selaku pengguna tas *sling bag* palsu.¹⁵³

“Murah mbak, hemat di kantong ibu rumah tangga.”

n. Enny selaku pengguna tas *Victoria Beckham* palsu.¹⁵⁴

“Saya suka *fashion* mbak, jadi hampir semua tas murah merek-merek semua saya punya. Saya PD aja gitu pakai tas yang ada mereknya.”

o. Haykal selaku pengguna tas *Channel* palsu.¹⁵⁵

“Sebenarnya sih ngga suka ya sama tas-tas nanggung, cuman ya gimana lagi kan masih kuliah jadi ya ntar lah kalau sudah kerja baru breli yang asli sekalian. Barang cowok mahal-mahal semua.”

Itulah pendapat dari ke-lima belas narasumber penulis selaku pengguna tas *fashion* palsu di Kota Kediri. Bahwa mereka menganggap tas merek palsu dengan tas original itu sama saja, hampir tidak dapat dibedakan dari segi penampilan luarnya, tapi ketika lebih dicermati mungkin yang membedakan hanya kualitas. Mereka lebih mementingkan *fashion* yang *up to date* dengan memakai tas palsu mereka lebih merasa percaya diri. Mereka dapat memilih tas sesuka hati dengan berbagai macam warna, model, dan merek tentunya dengan harga yang sangat terjangkau.

Kedua, penulis melakukan wawancara tentang aturan bahwa jual beli barang palsu dilarang karena melanggar hukum. Berikut hasil wawancara penulis:

¹⁵³ Endah, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

¹⁵⁴ Enny, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹⁵⁵ Haykal, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

- a. Bella Sukma, selaku pengguna tas Prada palsu.¹⁵⁶

“Kalau bilang aturan mungkin gak boleh kali ya? Kurang tau jugak sih!. Yang jelas yang memakai kan nggak hanya saya saja, bahkan kayaknya hampir semua orang yang makai. Lah wong buktinya loh nggak pernah tau saya ada orang pake’ tas palsu itu dipenjara.; Nggak ada!. Jadi buat apa takut?.”

- b. Diana Oktavia, selaku pembeli tas pengguna tas Gucci palsu.¹⁵⁷

“Nggak tau mbak. Saya nggak pernah tau ada orang dihukum gara-gara beli barang palsu.”

- c. Chandra Ardin Hersandi selaku pembeli tas merek Vans.¹⁵⁸

“Waduh, kalau aturan aku gak tau Des, semestine sih nggak boleh ya? Tapi karena banyak yang jual, gampang nyarinya apalagi online dan banyak permintaan akhirnya ya boleh-boleh aja. Toh gak ditangkep sama polisi kok.”

- d. Jeffa Lianto Van Bee selaku pengguna tas Billabong palsu.¹⁵⁹

“Kalau undang-undangnya sih kayaknya ada, cuman prakteknya yang nggak ada. Nggak pernah liat saya.”

- e. Khawarizmy al-Ghiffari selaku pengguna tas Pollo palsu.¹⁶⁰

“Masabodo, yang penting murah. Nggak mikir langgar hukum”.

- f. Aldian selaku pengguna tas Diesel palsu.¹⁶¹

“Tau, dan saya nggak takut. Banyak temennya kalau dihukum hahahahaha bukannya gitu ya tapi memang tidak ada tindakan apapun dari pemerintah. Jadi wajar kalau orang bikin, jual, makai tas palsu semakin merajalela.”

¹⁵⁶ Bella Sukma, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

¹⁵⁷ Diana Oktavia, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

¹⁵⁸ Chandra Ardin Hersandi, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

¹⁵⁹ Jeffa Lianto Van Bee, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

¹⁶⁰ Khawarizmy al-Ghiffari, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

¹⁶¹ Aldian, wawancara (Kediri, 11 Februari 2016).

g. Sunnu selaku pengguna tas Airwalk palsu.¹⁶²

“Biasa aja sih, gak boleh kali ya? nggak ada rasa takut sama sekali. Cuek-cuek aja.”

h. Idham Nourgama selaku pengguna tas Machbeth palsu.¹⁶³

“Saya pernah belajar HAKI, dan saya pernah tau sih tentang merek. Sekedar tau aja tapi nggak saya praktekan. Percuma dong saya taat hukum kalai yang taat hukum 1 banding 1000. Artinya ya aturan sekedar aturan kan memang? Apalagi tas palsu, kayaknya semua orang deh punya.”

i. Bagus Wibowo selaku pengguna tas Jansport palsu.¹⁶⁴

“Tau mbak, kan pekerjaan saya juga lawyer jadi kasus merek itu banyak sekali yang terjadi. Tapi sejauh ini nggak ada kasus merek tas di kediri. Adanya kasus-kasus pedagang seperti kemaren nama jus. Merek kan punya orang luar negeri kebanyakan yang dipalsukan kan?.”

j. Ongky selaku pengguna tas Nike palsu.¹⁶⁵

“Nggak tau, hahahahaha nggak boleh maybe.”

k. Aini selaku pengguna tas Hermer palsu.¹⁶⁶

“Saya nggak tau.”

l. Wahyu selaku pengguna tas MK palsu.¹⁶⁷

“Nggak tau.”

¹⁶² Sunnu, wawancara (Kediri, 11 Februari 2016).

¹⁶³ Idham Nourgama, wawancara (Kediri, 11 Februari 2016).

¹⁶⁴ Bagus Wibowo, wawancara (Kediri, 11 Februari 2016).

¹⁶⁵ Ongky, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

¹⁶⁶ Aini, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

¹⁶⁷ Wahyu, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

m. Endah selaku pengguna tas *sling bag* palsu.¹⁶⁸

“*Ndak tau mbak mungkin saja ada.*”

n. Enny selaku pengguna tas Victoria Beckham palsu.¹⁶⁹

“*Tau, tapi biarkan saja.*”

o. Haykal selaku pengguna tas Adidas palsu.¹⁷⁰

“*Palingan ya ada, tapi saya nggak tau.*”

Itulah pendapat dari ke-lima belas narasumber penulis selaku pengguna tas *fashion* palsu di Kota Kediri tentang aturan bahwa jual beli barang palsu dilarang karena melanggar hukum. Mereka tidak mengetahui secara pasti tentang adanya undang-undang yang melindungi merek terkenal. Mereka hanya mengira-ngira bahwa sesungguhnya memakai barang palsu juga melanggar hukum. Kalaupun ada undang-undangnya mereka pun cuek karena mereka tidak pernah menemui berita bahwa memakai barang palsu itu dihukum. Jadi disini jelas bahwa memang tidak adanya tindakan tegas dari pemerintah daerah Kota Kediri terutama dari para penegak hukum terhadap masyarakat yang memperjualbelikan maupun menggunakan barang-barang hasil pemalsuan merek-merek terkenal.

Ketiga, penulis melakukan wawancara tentang pendapat para pemakai tas *fashion* palsu seandainya jual-beli barang palsu itu dilarang dan ditarik oleh pemerintah. Berikut hasil wawancara penulis:

a. Bella Sukma, selaku pengguna tas Prada palsu.¹⁷¹

¹⁶⁸ Endah, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

¹⁶⁹ Enny, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹⁷⁰ Haykal, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹⁷¹ Bella Sukma, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

“Jangan lah mbak, yang rugi juga banyak pihak. Terutama yang cewek-cewek begini kan nanti nggak bisa modis lagi!. Selain itu yang jualan juga kasihan kan mereka nanti mau kerja apa?. Iya kalau pemerintah memberi pekerjaan, tapi kalo nggak? Lebih berabe kan nantinya.”

b. Diana Oktavia, selaku pembeli tas pengguna tas Gucci palsu.¹⁷²

“Nggak setuju! Amat sangat tidak setuju. Alasannya banyak banget. Fashion itu penting mbak terutama di dunia kerja. Kalau seumpama di tarik, waduh banyak sekali pastinya ya tas-tas yang mubadzir!. Pemerintah ya jangan seperti itu, sekarang sudah jaman modern jangan lah kalo menurut saya kalo jual beli barang KW dilarang. Kemaren kemana aja buuuk? Sebelum orang-orang pada kenal sama barang KW?.”

c. Chandra Ardin Hersandi selaku pembeli tas merek Vans.¹⁷³

“Waduh, gak setuju banget Des, kalau ditarik malah nyusahin masyarakat yang bergerak dibidang itu Des. Buktinya orang-orang pada make' kan?. Terutama aku sebagai masyarakat ya tetep makai dong yang penting keren, ya kan?. Buktinya dari pemerintah gak pernah ngadain razia buat barang-barang palsu kan ya?.”

d. Jeffa Lianto Van Bee selaku pengguna tas Billabong palsu.¹⁷⁴

“Nggak setuju juga sih mbak sebenarnya mbak. Kan itu juga nambah peluang pekerjaan. Lagian itu tujuannya juga bisnis, bisnis juga memperhatikan konsumen. Kalau konsumennya banyak masa' mau

¹⁷² Diana Oktavia, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

¹⁷³ Chandra Ardin Hersandi, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

¹⁷⁴ Jeffa Lianto Van Bee, wawancara (Kediri, 9 Februari 2016).

dilarang? Kan kasihan!. Ujung-ujungnya malah mengurangi lapangan pekerjaan ntar.”

e. Khawarizmy al-Ghiffari selaku pengguna tas Pollo palsu.¹⁷⁵

“Gak setuju pake’ banget, apa alasannya? Karena Indonesia itu negara berkembang bukan negara maju. Kasian kan yang jualan barang palsu ntar jadi pengangguran. Salah satu manfaat barang palsu jangan ditarik adalah karena kalo’ yang dijual hanya barang ori aja ya yang menikmati hasilnya hanya pabrikan ternama aja. Pabrik-pabrik rumahan gak laku dong? Jadi pengangguran semua!. Emang pemerintah mau rakyatnya jadi pengangguran semua? Hayoo”.

f. Aldian selaku pengguna tas Diesel palsu.¹⁷⁶

“Ya jangan, nanti hanya menguntungkan kalangan tertentu dong. Kasihan yang kalangan bawah nggak bisa tau rasanya pake tas bagus.”

g. Sunnu selaku pengguna tas Airwalk palsu.¹⁷⁷

“Nggak setuju, kasihan masyarakat nanti banyak yang nganggur. Trus kasihan kita-kita nanti nggak PD lagi kalau harus pakai merek murahan.”

h. Idham Nourgama selaku pengguna tas Machbeth palsu.¹⁷⁸

“Ya pemerintah harusnya harus jauh lebih bijaksana dalam membuat suatu kebijakan, banyak sekali yang harus dipikirkan kedepannya.”

i. Bagus Wibowo selaku pengguna tas Jansport palsu.¹⁷⁹

¹⁷⁵ Khawarizmy al-Ghiffari, *wawancara* (Kediri, 9 Februari 2016).

¹⁷⁶ Aldian, *wawancara* (Kediri, 11 Februari 2016).

¹⁷⁷ Sunnu, *wawancara* (Kediri, 11 Februari 2016).

¹⁷⁸ Idham Nourgama, *wawancara* (Kediri, 11 Februari 2016).

“Memang bagus sebenarnya, tapi ya jangan lah kasihan para pedagang kecil. Itu namanya mematikan pedagang kecil dan memperkaya pengusaha yang sudah kaya raya.”

j. Ongky selaku pengguna tas Nike palsu.¹⁸⁰

“Ya saya setuju, lebih baik menjual kualitas saja yang bagus para pekerja kita. Merek ya membuat sendiri nanti kan kalau memang berkualitas merek lokal pun bisa ngikutin pasaran.”

k. Aini selaku pengguna tas Hermer palsu.¹⁸¹

“Nggak setuju mbak, tas lokal jelek-jelek soalnya nggak ada yang keliatan bagus gitu nggak ada.”

l. Wahyu selaku pengguna tas MK palsu.¹⁸²

“Jangan lah, nggak setuju pokoknya.”

m. Endah selaku pengguna tas *slings bag* palsu.¹⁸³

“Nggak setuju, banyak yang nggak setuju pastinya.”

n. Enny selaku pengguna tas Victoria Beckham palsu.¹⁸⁴

“Loh, kok gitu? Jangan lah jangan.”

o. Haykal selaku pengguna tas Adidas palsu.¹⁸⁵

“Intinya nggak setuju deh.”

¹⁷⁹ Bagus Wibowo, wawancara (Kediri, 11 Februari 2016).

¹⁸⁰ Ongky, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

¹⁸¹ Aini, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

¹⁸² Wahyu, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

¹⁸³ Endah, wawancara (Kediri, 13 Februari 2016).

¹⁸⁴ Enny, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

¹⁸⁵ Haykal, wawancara (Kediri, 15 Februari 2016).

Itulah pendapat dari ke-lima belas narasumber penulis selaku pengguna tas *fashion* palsu di Kota Kediri mengenai pendapat mereka tentang seandainya jual-beli barang palsu itu dilarang dan ditarik oleh pemerintah. Penulis disini mendapati bahwa mereka tidak hanya melihat dari sudut pandang mereka sebagai konsumen saja, tetapi mereka juga melihat dari segi produsen dan distributor. Dari segi konsumen mereka tidak setuju dengan kebijakan tersebut karena mereka akan merasa kehilangan *fashion*, mereka tidak percaya diri karena mereka merasa tidak bisa tampil modis. Sedangkan dari segi produsen mereka juga berfikir bahwa konsumen barang palsu sudah menjamur, semua kenal barang *branded* meskipun palsu. Disitulah banyak sekali pelanggan setia toko tas *fashion* palsu. Mereka berfikir bahwa pemilik toko pun berhak hidup, berhak mendapatkan pekerjaan. Apabila jual beli barang palsu dilarang berarti sama saja menutup banyak lapangan pekerjaan dan akhirnya akan terjadi banyak sekali pengangguran. Tidak adil bagi mereka apabila jual beli barang palsu ditarik, yang boleh beredar hanya barang original. Barang original harganya sangat mahal, jadi yang dapat menikmati hanyalah orang-orang tertentu. Bagi mereka kalangan menengah kebawah juga berhak memakai barang *branded* meskipun itu palsu.

Itulah pendapat dari beberapa responden selaku pengguna tas *fashion* palsu. Dari kelima sampel ini dapat peneliti simpulkan bahwa faktor pendorong pembeli tas *Fashion* palsu di Kota Kediri adalah:

- 1) Faktor Lifestyle (gaya hidup). Masyarakat sangat mengedepankan *lifestyle* (gaya hidup) sehingga mereka gemar membeli barang-barang palsu, dalam hal ini tas. Mereka sangat mengedepankan merek. Dengan anggapan bahwa merek akan membuat mereka tampil percaya diri di depan oranglain.
- 2) Faktor gengsi. Masyarakat menganggap bahwa tas ber-merek tidak hanya menjadi barang mode, tetapi juga dijadikan simbol keamanan karena harga aslinya yang mahal. Memiliki tas ber-merek walaupun tidak asli dianggap sebagai kunci untuk masuk ke dalam kelompok sosial yang lebih tinggi.
- 3) Faktor Ekonomi. Dengan hanya berbekal uang Rp. 50.000 (lima puluh ribu rupiah) saja masyarakat bisa membawa pulang tas *branded* dengan berbagai merek terkenal. Tanpa harus membayar puluhan juta mereka sudah bisa tampil trendi sesuai dengan gaya hidup yang ditirunya.
- 4) Faktor mudah didapat. Tas *fashion* palsu sangat mudah sekali didapatkan baik itu secara langsung datang ke toko tas maupun hanya bermodalkan internet di manapun mereka berada. Mereka dapat memilih, memesan dimanapun pelapak online itu berada. Dengan terang-terangan pelapak itu memasang foto barangnya lewat dunia maya.
- 5) Faktor Kegunaan. Alasan kegunaan atau kebutuhan sangat penting dipertimbangkan masyarakat sebelum membeli tas *branded*. Misalnya tas yang digunakan untuk bekerja akan berbeda dengan tas yang digunakan

untuk pergi jalan-jalan begitupun seterusnya. Jadi masyarakat menyesuaikan untuk membeli tas sesuai dengan keperluannya`

- 6) Faktor tidak diketahuinya aturan mengenai tindak pidana Merek. Masyarakat tidak mengetahui aturan mengenai tindak pidana perdagangan produk atau barang palsu, sesuai dengan pasal 90-94 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek. Mereka cenderung tidak peduli dengan aturan karena mereka menganggap memakai tas palsu itu sudah biasa. Bahkan mereka mengatakan bahwa itu hanyalah sekedar aturan. Mereka tidak pernah mengetahui adanya kasus seseorang yang dihukum gara-gara memakai barang palsu. Artinya para penegak hukum tidak pernah menindak kejahatan tersebut sehingga mereka tidak perlu merasa takut untuk memakai barang palsu.

2. Praktik Jual Beli Tas *Fashion* Palsu di Tanggulangin (Salah Satu Produsen Tas Terbesar dan Terkenal di Indonesia), Kabupaten Sidoarjo.

Selain wawancara dengan pemilik toko tas *fashion* palsu, disini penulis juga melakukan wawancara kepada beberapa orang baik itu produsen, penjahit maupun penjaga toko tas *fashion* palsu di daerah Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. *Pertama* penulis melakukan wawancara tentang alasan memproduksi tas palsu. Berikut hasil wawancara penulis:

a. Pertama, Royo', selaku produsen tas merek palsu, Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo.¹⁸⁶

“Banyak sekali permintaan dari konsumen kita konsumen disini maksudnya para pedagang ya, terutama baik dari daerah Sidoarjo sini saja, dari luar kota sampai Jakarta pengiriman saya.”

b. Ke-dua, Eva, selaku penjahit tas palsu.¹⁸⁷

“Orang-orang secara pribadi kebanyakan pelanggan saya, baik dari dalam kota sampai luar kota ada, jadi mereka suka bikin tas sesuai keinginannya. Jadi mereka membawa bahan dan gambar nanti saya yang menjahitkan.”

c. Ke-tiga, Puji, selaku produsen tas *fashion* merek palsu.¹⁸⁸

“Kuntungannya menjanjikan sekali, apalagi tas produksi saya itu sudah diakui masyarakat, banyak yang minat.”

d. Ke-empat, Lilik, selaku penjahit tas *fashion* merek palsu.¹⁸⁹

“Selalu rame pesanan mbak, banyakan yang jahit tas daripada baju makanya saya jadi tukang jahit tas saja rame.”

e. Ke-lima, Agung, pekerja di salah satu *Home Industry* produsen tas *fashion* merek palsu.¹⁹⁰

“Saya disini memang hanya sebagai pekerja tapi saya banyak tau kalau disini itu banyak sekali pesanan, karena kita salah satu home industry yang dipercaya sama pelapak-pelapak online maupun toko-tokolokal

¹⁸⁶ Royo', wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

¹⁸⁷ Eva, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

¹⁸⁸ Puji, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

¹⁸⁹ Lilik, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

¹⁹⁰ Agung, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

maupun luar kota. Jadi nggak heran kalau disini perkerjanya banyak dan tas-tas buatan kita berbagai model dan merek.”

- f. Ke-enam, Herlin, salah satu pekerja di Koperasi INTAKO Tanggulangin.¹⁹¹

“INTAKO ini koperasinya barang-barang industri di Tanggulangin. Disini nggak hanya tas saja yang dijual, tapi ada koper, ada jaket, topi, sabuk, macem-macem. Jadi biasanya para pengunjung kalau main ke Tanggulangin pasti nyari INTAKO mbak, karena disini koperasinya, disini tempatnya para produsen menjual dagangannya. Dan disini kita sengaja ambil barang-barang yang bagus, jauh lebih mahal dari toko lain.”

- g. Ke-tujuh, Soleh, selaku produsen tas *fashion* merek palsu.¹⁹²

“Alhamdulillah lancar sekali usaha saya dan bisa diterima di masyarakat.”

- h. Ke-delapan, Danang, selaku pemilik toko tas *fashion* merek palsu.¹⁹³

“Ya karena Tanggulangin ini tempatnya tas-tas memang mbak, mulai dari yang bagus sampai yang jelek ada semua disini.”

- i. Ke-sembilan, Ipung, selaku penjahit tas *fashion* merek palsu.¹⁹⁴

“Banyak pesanan intinya, jadi saya nggak hanya sendiri disini bikin tas, tapi ada istri saya, saudara saya ikut njahit saking banyaknya tas pesanan.”

¹⁹¹ Herlin, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

¹⁹² Soleh, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

¹⁹³ Danang, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

¹⁹⁴ Ipung, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

j. Ke-sepuluh, Syaiful, selaku produsen tas *fashion* merek palsu.¹⁹⁵

“Banyak pesanan dari luar kota, jadi sangat menguntungkan.”

k. Ke-sebelas, Dava, salah satu penjaga toko tas *fashion* merek palsu.¹⁹⁶

“Rame banget mbak, karena toko kita memang jualannya tas-tas yang murah nggak sampai 100 ribuan.”

Itulah pendapat dari ke-sebelas narasumber penulis mengenai alasan mereka memproduksi tas *fashion* palsu. Penulis disini mengambil kesimpulan bahwa mereka banyak meraup keuntungan dari hasil penjualan produknya. Mereka mempunyai banyak pesanan baik dari distributor lokal maupun luar kota. Produk mereka telah mencapai kesuksesan yakni telah diterima masyarakat sehingga semakin banyak konsumen yang tertarik untuk membeli barang mereka.

Kedua penulis melakukan wawancara tentang adanya tindak pidana merek. Berikut hasil wawancara penulis:

a. Royo’, selaku produsen tas merek palsu.¹⁹⁷

“Kalau seandainya ada, kenapa pemerintah membolehkan industry ini berkembang?. Seharusnya sudah ditutup dari dulu, tapi kenyataannya malah Tanggulangin menjadi sentra produsen tas yang termasuk besar loh Indonesia, sudah terkenal pengirimannya kemana-mana.”

b. Eva, selaku penjahit tas palsu.¹⁹⁸

¹⁹⁵ Syaiful, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

¹⁹⁶ Dava, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

¹⁹⁷ Royo’, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

¹⁹⁸ Eva, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

“*Saya nggak tau mbak.*”

- c. Puji, selaku produsen tas *fashion* merek palsu.¹⁹⁹

“*Lah kalo sama pemerintah malah dijadikan sentra industri tas? Sah-sah saja berarti.*”

- d. Lilik, selaku penjahit tas *fashion* merek palsu.²⁰⁰

“*Nggak tau mbak, yang saya tau ada pesanan, saya jahitin gitu aja.*”

- e. Agung, pekerja di salah satu *Home Industry* produsen tas *fashion* merek palsu.²⁰¹

“*Ndak tau saya kalau itu, mungkin boleh karena tidak ada tindakan sama sekali.*”

- f. Herlin, salah satu pekerja di Koperasi INTAKO Tanggulangin.²⁰²

“*Wah kalau itu jenengan nanya sama bos saya aja mbak, saya nggak paham kalau itu saya nggak berani jawab.*”

- g. Soleh, selaku produsen tas *fashion* merek palsu.²⁰³

“*Nggak ada tindakan apa-apa dari pemerintah ya selama ini mendukung malah sama kita-kita disini para produsen. Malah sudah menjadi tempat wisata kalau saya bilang bagi para pencari barang fashion.*”

- h. Danang, selaku pemilik toko tas *fashion* merek palsu.²⁰⁴

“*Wah nggak tau saya mbak.*”

- i. Ipung, selaku penjahit tas *fashion* merek palsu.²⁰⁵

¹⁹⁹ Puji, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²⁰⁰ Lilik, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²⁰¹ Agung, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²⁰² Herlin, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²⁰³ Soleh, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²⁰⁴ Danang, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

“Mungkin ada tapi tidak ada tindakan hukum I gimana?”

j. Syaiful, selaku produsen tas *fashion* merek palsu.²⁰⁶

“Ya kalau dihukum kok nggak dari dulu aja sebelum menjamur kayak gini, sebelum terkenal sampai seluruh Indonesia tau tempatnya tas kalau nggak Tanggulangin ya Jakarta, Kudus, Bandung berarti ya digusur dong kita ini kalau memang dilarang toh?”

k. Dava, salah satu penjaga toko tas *fashion* merek palsu.²⁰⁷

“Mboten semerap niku kulo mbak.”

Itulah pendapat dari ke-sebelas narasumber penulis mengenai tanggapan mereka mengenai tindak pidana merek. Penulis disini mengambil kesimpulan bahwa mereka mayoritas tidak mengetahui mengenai tindak pidana merek dimana mereka termasuk pelaku pemalsuan merek terkenal dengan menjual produk mereka membawa merek orang lain kemudian mereka komersilkan. Mereka juga telah menganggap biasa praktik mereka karena mereka didukung oleh pemerintah, bentuk dukungannya yaitu telah mengklaim bahwa Tanggulangin adalah tempat wisata, Tanggulangin adalah satu UMKM milik kabupaten sidoarjo. Dapat dibuktikan pula apabila kita *browsing* di internet bahwa Tanggulangin sudah terkenal sebagai salah satu produsen tas terbesar di Indonesia dengan berbagai model dan merek tas yang mereka pasarkan secara luas.

²⁰⁵ Ipung, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²⁰⁶ Syaiful, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²⁰⁷ Dava, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

Ketiga, penulis melakukan wawancara tentang merek yang mereka gunakan di hasil produksi mereka. Berikut hasil wawancara penulis:

a. Royo', selaku produsen tas merek palsu.²⁰⁸

"Cuman sekedar tempelan saja mbak. Kita tulisan mereknya itu beli di toko aksesoris banyak macam-macam."

b. Eva, selaku penjahit tas palsu.²⁰⁹

"Kita belikan merek di toko yang pengen dipasang sama pemesan, mbak."

c. Puji, selaku produsen tas *fashion* merek palsu.²¹⁰

"Itu tempelan, ada tuh toko aksesoris yang jualan tapi sekarang tutup mau hari raya, macam-mace."

d. Lilik, selaku penjahit tas *fashion* merek palsu.²¹¹

"Saya beli tempelan di toko aksesoris, sesuai gambar tas yang dipesan, biar sama persis."

e. Agung, pekerja di salah satu *Home Industry* produsen tas *fashion* merek palsu.²¹²

"Tempelan lah mbak."

f. Herlin, salah satu pekerja di Koperasi INTAKO Tanggulangin.²¹³

²⁰⁸ Royo', wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²⁰⁹ Eva, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²¹⁰ Puji, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²¹¹ Lilik, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²¹² Agung, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²¹³ Herlin, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

“Semuanya disini tempelan mereknya, cuman bahannya saja yang membedakan.”

g. Soleh, selaku produsen tas *fashion* merek palsu.²¹⁴

“Kita makai merek orang yang jelas, kita beli semacam tempelan di toko aksesoris. Di tokonya itu banyak banget tempelan merek-merek. Tinggal kita pilih saja. Karna kita produsen ya kita cari tempelan merek yang terkini, yang nge-trend bahasanya.”

h. Danang, selaku pemilik toko tas *fashion* merek palsu.²¹⁵

“Ysaya terima jadi sih dari produsen. Kalau merek semuanya boongan kok mbak saya juga kenal lah sama produsen daerah sini saya jualan barangnya mereka di toko saya.”

i. Ipung, selaku penjahit tas *fashion* merek palsu.²¹⁶

“Beli itu di toko aksesoris, kita tinggal lem aja di tasnya.”

j. Syaiful, selaku produsen tas *fashion* merek palsu.²¹⁷

“Saya beli di toko, nggak mungkin lah mbak saya bahkan semua produsen disini kayaknya nggak ada yang pake izin orang mereka temen semua sama-sama beli merek di toko aksesoris. Udah umum itu mbak, mau beli merek memang punya modal berapa? Susah loh mbak ngurusi izinnya itu, ratusan juta habis itu cuman gara-gara 1 merek. Lah kalo

²¹⁴ Soleh, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²¹⁵ Danang, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²¹⁶ Ipung, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

²¹⁷ Syaiful, wawancara (Tanggulangin, 3 Juli 2016).

banyak merek? Berapa duit itu? Jangankan saya ya, INTAKO dulu pernah biki merek sendiri tapi apa hasilnya? Nggak laku dipasaran akhirnya dia nggak bikin lagi.”

k. Dava, salah satu penjaga toko tas *fashion* merek palsu.²¹⁸

“RamKurang tau mbak, saya cuman njaga disini, nanti mbak janjian sama bosnya lebih tepatnya kebetulan mau lebaran bos lagi nggak ada.”

Itulah pendapat dari ke-sebelas narasumber penulis mengenai tanggapan mereka mengenai merek yang mereka gunakan pada hasil produksinya. Penulis disini mengambil kesimpulan bahwa ternyata merek yang mereka pakai itu adalah palsu. Merek tersebut adalah tempelan semata yang dapat dibeli secara bebas di toko aksesoris. Mereka mendapatkan merek ini bukanlah hasil dari izin mereka kepada sang pemilik merek, bukanlah hasil pendaftaran sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.

3. Jual Beli Tas *Fashion* Palsu di Kota Kediri Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Mengenai perdagangan produk atau barang palsu, dalam Pasal 90 – Pasal 94 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek diatur mengenai tindak pidana terkait dengan merek:

Pasal 90

“Barangsiapa dengan sengaja dan 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,

²¹⁸ Dava, wawancara (Tanggulagin, 3 Juli 2016).

dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

Pasal 91

“Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).”

Pasal 92

- (1) “Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi-geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, di pidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”
- (2) “Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi-geografis milik orang lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).”
- (3) “Terhadap pencantuman asal sebenarnya pada barang yang merupakan hasil pelanggaran ataupun pencantuman kata yang menunjukkan bahwa barang tersebut merupakan tiruan dari barang yang terdaftar dan dilindungi berdasarkan indikasi-geografis, diberlakukan dengan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2).”

Pasal 93

“Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi-asal pada barang atau jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai barang atau asal jasa tersebut dipidana dengan pidana paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).”

Pasal 94

- (1) “Barangsiapa memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, dan Pasal 93 dipidana dengan kurungan

- paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).”
- (2) “Tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran.”

Istilah barang palsu ini dikenal sebagai barang KW untuk menunjukkan barang itu tiruan dari produk bermerek, termasuk tas. Dalam penerapan UU NO. 15 Tahun 2001 tentang Merek sendiri hanya dikenal istilah barang palsu untuk menyebut barang-barang yang diproduksi dan/atau diperdagangkan dengan menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain. Ancaman pidana bagi produsen barang palsu tersebut adalah pidana paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) (Pasal 90 dan Pasal 91 UU Merk).

Selain dapat menjerat pihak-pihak yang beriktikad buruk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang palsu, UU Merek juga dapat dipergunakan untuk menjerat pihak-pihak yang memperdagangkan barang yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90 tersebut diatas. Pidananya berupa pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)(Pasal 94 UU Merek).

Sanksi hukum dalam UU Merek yang saat ini berlaku memang tidak menjangkau konsumen pembeli barang palsu. Secara eksplisit Undang-Undang Nomor 15 Tentang Merek menyebut seluruh tindak pidana

penggunaan merek terdaftar oleh para pihak beritikad buruk tersebut sebagai pelanggaran, bukan kejahatan (Pasal 94 ayat (2) dan Pasal 77 UU Merek).

Tindak pidana sebagaimana disebutkan di atas hanya dapat ditindak jika ada aduan dari pihak yang dirugikan. Hal ini dapat dilihat dari perumusan Pasal 95 UU Merek yang menyatakan bahwa:

Pasal 95

“Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, 91, 92, 93, dan 94 merupakan delik aduan.”²¹⁹

Dalam pasal diatas secara tegas disebutkan bahwa UU Merek menggolongkan seluruh tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut sebagai delik aduan, bukan delik biasa. Ini berarti bahwa penjualan produk atau barang palsu hanya bisa ditindak oleh pihak yang berwenang jika ada aduan dari pihak-pihak yang merasa dirugikan, dalam hal ini si pemilik merek.

Dalam menilai sebuah barang palsu atau bukan di mata hukum polisi tidak dapat melakukannya secara sepihak. Dalam sistem perlindungan hak merek yang saat ini dianut oleh Indonesia yakni sistem *first to file* dimana pelanggaran merek hanya terjadi apabila ada tindakan-tindakan penggunaan merek terdaftar oleh pihak-pihak beritikad buruk yang dilakukan dalam masa perlindungan atas merek yang bersangkutan sebagaimana tertera dalam sertifikat pendaftaran mereknya. Tidak ada pelanggaran tanpa pendaftaran merek dalam sistem *first to file*, perlindungan hukum hanya

²¹⁹ Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek

diberikan kepada pemilik pendaftaran merek. Pelapor harus mampu menunjukkan sertifikat merek saat melakukan pelaporan atas suatu tindak pidana merek.

4. Jual Beli Tas *Fashion* Palsu di Kota Kediri Perspektif Masalahah.

Dalam kajian teori sebelumnya telah dijelaskan bahwa tujuan diturunkannya syariat Islam yaitu untuk mencapai maslahat bagi seluruh umat manusia serta bertujuan untuk menghilangkan kerusakan. Sedangkan menurut ahli ushul, yang dinamakan masalah mursalah ialah kemaslahatan yang tidak ditetapkan hukumnya oleh syara' dan tidak ada dalil yang melarang maupun mewajibkannya.²²⁰ Bagaimana dengan jual-beli barang *fashion* palsu? peneliti disini akan mencoba menganalisis satu persatu.

a) Rukun dan Syarat Jual Beli

Jumhur ulama menjelaskan bahwa rukun dan syarat jual beli ini ada 4, yaitu:

- 1) Bai' (Penjual)
- 2) Mustari (Pembeli)
- 3) Shighat (Ijab Qabul)
- 4) Ma'qud Alaih (Benda atau Barang)

Mengenai barang yang diperjualbelikan, dalam rukun jual beli dijelaskan bahwa barang yang dijual harus merupakan hal yang diperbolehkan dijual. Sedangkan jual beli tas *fashion* palsu ini sudah jelas tidak boleh karena barang ini hasil dari pemalsuan merek terkenal. Disini

²²⁰ Amin Abdullah, Madzhab Jogja,,, h. 234.

pihak yang paling dirugikan adalah si pemilik merek. Menurut mereka merek sangat penting untuk menjaga kualitas barang yang mereka produksi. Merek sangat berarti bagi mereka karena merek merupakan hasil pemikiran mereka dalam melakukan suatu penemuan. Mereka selalu mengerahkan kecerdasan mereka untuk selalu berinovasi untuk menciptakan suatu produk yang baru. Dari segi materiil, mereka juga rugi karena mereka mendaftarkan mereknya harus mengeluarkan uang jutaan rupiah untuk mengurus nomor pendaftaran ke Dirjen HaKI.

b) Hukum dan Sifat Jual Beli

Ditinjau dari segi hukum, Imam Hanafi membagi jual beli menjadi 3 (tiga), yaitu:

- 1) Jual beli *shahih* yakni jual beli yang memenuhi ketentuan syariat.
- 2) Jual beli batal/bathil yaitu tidak memenuhi salah satu rukun atau yang tidak sesuai dengan syariat.
- 3) Jual beli *fasid* yakni jual beli yang sesuai dengan ketentuan syariat pada asalnya tetapi tidak sesuai syariat pada sifatnya.

Dari sini peneliti mengambil kesimpulan bahwa jual beli tas *fashion* palsu ini merupakan jual beli yang bathil. Karena di point (a) diatas penjual maupun barang sudah tidak sesuai dengan rukun jual beli. Kemudian sifatnya tidak sesuai dengan syariat karena menjual tas menggunakan hak merek orang lain.

Dalam jual beli, ada banyak sekali jenis jual beli yang dilarang. Akan tetapi khusus kasus yang diangkat peneliti kali ini peneliti menyimpulkan bahwa jual beli tas *fashion* palsu ini tergolong dalam kategori merampas hak cipta, adalah hal ini hak merek seseorang. Karena hak merek merupakan hak yang harus dilindungi, maka bagi pelaku yang mencurinya itu sama saja dengan mencuri hak-hak orang lain yang dilindungi. Yang jelas agama Islam melarang segala bentuk kezaliman dan tindakan yang merugikan orang lain. Hak cipta, dalam hal ini hak merek adalah hak yang diakui syariat maka haram melanggarnya dengan cara memalsu, diperbanyak tanpa izin pemilik merek lalu diperjual belikan tanpa seizin pemilik merek terdaftar. Jika tetap dilakukan sungguh pemalsunya telah mencuri hak orang lain yang akan dipertanggungjawabkan di dunia dan akhirat.

Berdasarkan data yang ada beserta teori-teori *masalah* yang penulis paparkan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa praktik jual beli tas *fashion* palsu yang marak terjadi khususnya di Kota Kediri yakni tidak mengandung nilai-nilai kemaslahatan didalamnya. Alasannya adalah:

- 1) Kebanyakan orang selaku konsumen pasti menganggap bahwa jual beli tas *fashion* palsu adalah suatu keuntungan bagi mereka. Karena mereka menganggap bahwa dengan adanya tas-tas bermerek harga murah mereka akan merasa lebih *fashionable*, lebih percaya diri, dan mereka percaya bahwa dengan memakai barang *branded* meskipun itu palsu akan membawa mereka kepada kelas sosial yang lebih tinggi. Sedangkan bagi produsen tas *fashion* palsu, mereka adalah pihak yang paling

diuntungkan sebenarnya disini. Mereka memanjakan konsumen dengan berbagai macam merek tas, berbagai model, dan berbagai warna yang menarik padahal itu adalah hasil mereka merampas hak kekayaan orang lain (pemilik merek). Secara ekonomi memang memanfaatkan merek terkenal mendatangkan keuntungan yang cukup besar dan fakta dilapangan membuktikan hal tersebut, selain itu juga didukung oleh daya beli konsumen yang pas-pasan tetapi ingin tampil trendi. Dari sini pula peneliti berkesimpulan bahwa sebenarnya dengan melihat realita seperti ini bukanlah dampak dari kemaslahatan yang diperoleh, tapi dampaknya adalah hanya mengarah pada bentuk pelampiasan nafsu apabila tidak ditopang oleh dalil-dalil. Yang paling terdzolimi disini adalah sang pemilik merek. Apalagi di Indonesia seperti yang telah peneliti bahas di point sebelumnya bahwa Indonesia menganut delik aduan, sehingga ketika pemilik merek tidak mengetahui dan tidak melaporkan kepada pihak berwajib (penegak hukum) bahwa mereknya di palsu dan dijual bebas oleh para produsen yang tidak bertanggungjawab maka jual beli seperti ini akan semakin menjamur.

- 2) Bertentangan dengan *nash*. Di antara kejujuran yang seharusnya dimiliki seorang muslim adalah kejujuran dalam berbisnis, dengan tidak menipu ataupun melakukan pemalsuan dalam kondisi apapun. Kejujuran adalah penyempurna iman dan pelengkap keislaman seseorang. Sebagaimana yang terdapat dalam al-Qur'an Surat At-Taubah ayat 119:²²¹

²²¹QS. At-Taubah ayat 119

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿١١٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang jujur.”(QS. At-Taubah :119)

Perilaku bisnis di atas tidaklah diperbolehkan oleh syariat, karena beberapa alasan diantaranya yaitu mengambil hak orang lain tanpa seizinnya (merampas hak cipta), membohongi dan menipu publik (*ghisysy*), dan menyelisihi aturan pemerintah yang wajib ditaati. Dan alasan-alasan tersebut termasuk dalam jenis-jenis jual beli yang dilarang dalam Islam. Jadi, perilaku di atas adalah perilaku buruk dan menyakiti kaum muslimin. Keburukan bukanlah perilaku dan karakter seorang muslim. Seorang muslim itu menyukai kebaikan dan menjaga jarak dari keburukan. Oleh sebab itu, hendaklah seorang muslim menjauhi perilaku bisnis semacam itu dan tidak membantu pelakunya untuk mengedarkan produk imitasinya. Sebagaimana terdapat dalam al-Qur’an Surat Al-Ahzab ayat 58:²²²

وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدِ

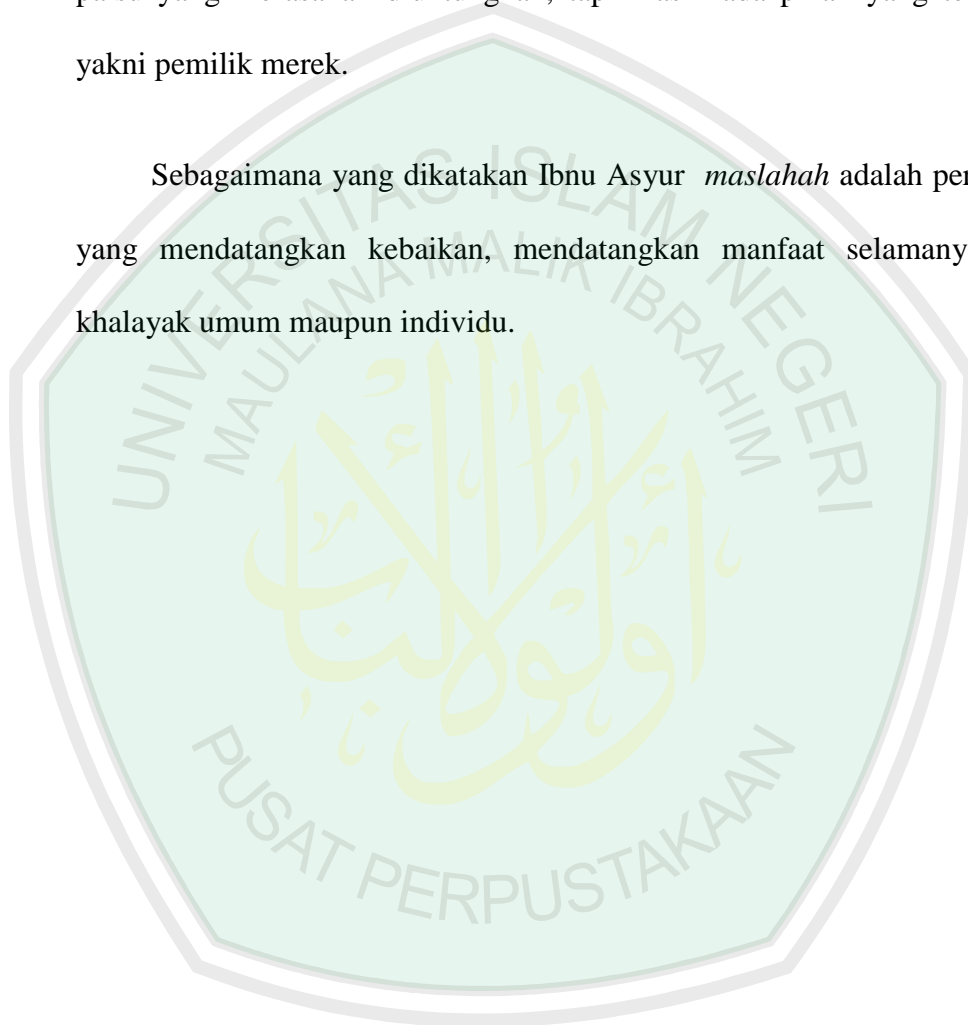
أَحْتَمَلُوا بُهْتَنًا وَإِثْمًا مُّبِينًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “Dan orang-orang yang menyakiti orang-orang yang mukmin dan mukminat tanpa kesalahan yang mereka perbuat, Maka Sesungguhnya mereka telah memikul kebohongan dan dosa yang nyata.”(QS. Al-Ahzab : 58)

²²²QS. Al-Ahzab ayat 58

Maslahah itu tidak dapat dibatasi, tidak ada pengecualian. Jika *masalah* masih terbatas maka itu tidak dinamakan *masalah*. Dibatasi disini maksudnya memang pihak produsen dan pengguna barang *fashion* palsu yang merasakan diuntungkan, tapi masih ada pihak yang terzalimi yakni pemilik merek.

Sebagaimana yang dikatakan Ibnu Asyur *masalah* adalah perbuatan yang mendatangkan kebaikan, mendatangkan manfaat selamanya bagi khalayak umum maupun individu.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian bab-bab diatas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor pendorong bagi penjual dan pemakai tas *fashion* palsu di Kota Kediri adalah banyaknya permintaan dari konsumen, banyaknya keuntungan yang diperoleh penjual, pihak penjual tidak mengetahui tentang adanya aturan mengenai tindak pidana merek, tidak adanya sosialisasi dari pemerintah mengenai hukum jual beli barang palsu, dan tidak adanya tindakan hukum dari pemerintah atas pelanggaran merek.
2. Faktor pendorong bagi pengguna tas *fashion* palsu di Kota Kediri adalah faktor kegunaan, *lifestyle*, gengsi, ekonomi, mudah didapat, tidak

diketuinya aturan mengenai tindak pidana merek, dan faktor tidak adanya tindakan hukum dari pemerintah mengenai pelanggaran merek.

3. Tinjauan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Masalah terhadap Jual Beli Barang *Fashion* Palsu.

a. Tinjauan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek terhadap jual beli barang *fashion* palsu adalah undang-undang ini dapat menjerat pihak-pihak yang beriktikad buruk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang palsu dalam hal ini adalah produsen dan distributor tas *fashion* palsu. Sanksi hukum dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek yang saat ini berlaku memang tidak menjangkau konsumen pembeli barang palsu. Penjualan produk atau barang palsu hanya bisa ditindak oleh pihak yang berwenang jika ada aduan dari pihak-pihak yang merasa dirugikan, dalam hal ini si pemilik merek.

b. Tinjauan *Maslahah* terhadap jual beli barang *fashion* palsu di Kota Kediri adalah bahwa praktik jual beli tas *fashion* palsu yang marak terjadi khususnya di Kota Kediri ini adalah tidak mengandung nilai-nilai *maslahah*. Karena *maslahah* adalah perbuatan yang mendatangkan kebaikan, mendatangkan manfaat selamanya bagi khalayak umum maupun individu.

B. Saran

1. Untuk produsen, sebagai seorang muslim hendaknya kita menghargai karya orang lain dengan tidak memalsu barang mereka. Hendaknya kita

bersaing dengan cara yang sehat, tidak hanya mengambil merek mereka kemudian kita tempelkan di produk kita hanya demi meraup keuntungan besar. Apalagi jika dilihat dari merek-mereknya hampir semua merek adalah hak milik saudara kita yang non-muslim. Agama Islam tidak pernah mengajarkan kita untuk jual beli dengan cara yang *bathil*. Apalagi merek tidak hanya diatur di hukum islam dan hukum nasional kita saja, tapi juga diatur dalam hukum internasional. Sebagai masyarakat internasional hendaknya kita taat hukum. Sebagai produsen kita hendaknya berlomba untuk memberikan kualitas produk kita yang baik dengan membuat merek kita sendiri, itu baru namanya persaingan yang sehat.

2. Untuk distributor alangkah baiknya jika menjual barang-barang yang sesuai aturan agama dan aturan hukum. Menjual barang yang asli meskipun merek lokal. Sangat susah memang berbisnis tapi tidak mengikuti permintaan pasar. Dimana-mana namanya jual beli pasti ingin meraup keuntungan. Apalagi dibarengi persaingan dagang seperti sekarang ini yang asli di palsukan demi meraup keuntungan yang sebesar-besarnya.
3. Untuk konsumen, kita sebagai seorang muslim hendaknya lebih cerdas untuk memilih produk tidak melulu mengikuti hawa nafsu saja. Kita boleh berhias asalkan sesuai dengan aturan, khususnya aturan agama dan aturan hukum. Banyak sekali produk asli indonesia yang kualitasnya bagus, jauh lebih bagus dari barang *fashion* bermerek palsu. Sebagai

warga Indonesia yang baik cintailah produk Indonesia. Sebagai konsumen yang cerdas janganlah kita tertipu dengan barang *branded* tapi palsu, masih banyak produk merek lokal yang berkualitas.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Buku:

Abdullah, Amin. *Madzhab Jogja Menggagas Paradigma Ushul Fiqh Kontemporer*. Djogjakarta: Ar-Ruzz Press, 2002.

Abu Zahrah, Muhammad. *Ushul al-Fiqh, Terj. Saefullah Ma'shum, dkk, "Ushul fiqh"*. Jakarta: Pustaka firdaus, 2008.

Al-Fauzan, Salih. *Fiqh Sehari-Hari*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998.

Al-Raysuni, Ahmad dan Muhammad Jamal Barut, *Al-Ijtihad, Al-Nash, Al-Waqi'i, AlMaslahah, Terj. Ibnu Rusydi dan Hayyin Muhdzar, "Ijtihad Antara Teks, Realitas dan Kemaslahatan Sosial"*. Jakarta: Erlangga, 2000.

Al-Subaily, Yusuf. *Pengantar Fiqh Muamalat dan Aplikasinya dalam Ekonomi Modern*. Riyadh: Pascasarjana Universitas Islam Imam Muhammad Saud.

Al-Syathibi. *Aspek Teologis Konsep Maslahah dalam Kitab Al-Wumafaqat*. Jakarta: Erlangga, 2007.

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

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Cet. Ke-13. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Ashofa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.

Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (edisi ketiga)*. Jakarta: Balai Pustaka, 1996.

Djazuli, Asep. *Ilmu Fiqh: Sebuah Pengantar*. Bandung: Dunia Ilmu, 1993.

Effendi, Satria dan M. Zein. *Ushul Fiqh*. Jakarta: Prenada Media, 2005.

Fajar, Mukti dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

- Fakultas Syari'ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Pedoman Peneulisan Karya Ilmiah*. Malang: UIN Press, 2012,
- Farih, Amin. *Kemaslahatan dan Pembaharuan Hukum Islam*, Cet. ke-1. Semarang: Walisongo Press, 2008.
- Gautama, Sudargo dan Rizwanto Winata. *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia (Dalam rangka WTO, TRIPs)*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Hasbi Ash-Shiddiq, Tengku Muhammad. *Pengantar Ilmu Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1974.
- Hasyim, Farida. *Hukum Dagang*. Cet. I. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Hidayah, Khoirul. *Hukum HKI (Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia) Kajian Undang-Undang dan Integrasi Islam*. Malang: UIN-Press, 2013.
- Jened, Rahmi. *Hak Kekayaan Intelektual (Penyalahgunaan Hak Eksklusif)*. Surabaya: Airlangga University Press, 2010.
- Khallaf, Abdul Wahab. *Ilmu Ushulul Fiqh, Terj. Noer Iskandar Al-Bansany, dkk, "Kaidah-Kaidah Hukum Islam"*. Jakarta: CV Rajawali, 1989.
- Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Lindsey, Tim dkk. *Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar)*. Bandung: Alumni, 2013.
- LKP2M. *Research Book for LKP2M*. Malang: LKP2M UIN Malang, 2005.
- Lubis, Suhrawardi. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*, Cet. ke-1. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Nawawi, H. Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Cet. Ke-11 dan Cet. Ke-5. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005.

- Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Pasaribu, Chairuman dan Suhrawardi K. Lubis. *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2004.
- Rizaldi, Julius. *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap persaingan Curang*. Bandung: Alumni, 2009.
- Rusli, Nasrun. *Konsep Ijtihad Al-Syaukani*. Jakarta: Logos, 1999.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI (UI Press), 1986.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mumadji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajarafindo Persada, 2001.
- Sudjana, Nana dan Ahwal Kusumah, *Proposal Penelitian di Perguruan Tinggi*. Bandung: Sinar Baru Algasindo, 2000.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sugono, Bambang. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Grafindo Persada, 2010.
- Sutopo. *Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006.
- Syafei, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2001.
- Syafi'i, Rahmat, *Ilmu Ushul Fiqih*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2007.
- Syarifuddin, Amir. *Ushul Fiqih*, jilid 2, Cet. ke-5. Jakarta: Kencana, 2009.
- Tarmizi, Erwandi. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: PT. Berkat Mulia Insani, 2014.
- Thoriquddin, Moh. *Pengelolaan Zakat Produktif Perspektif Maqasid Al-Syari'ah Ibnu 'Asyur*. Malang: UIN-Maliki Press, 2015.
- Walid, Muhammad dan Zainuddin. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Malang: Fakultas Tarbiyah UIN Malang, 2009.

Warsito, Hermawan. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992.

Zulkifli, Sunarto. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim, 2003.

Undang-Undang:

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek

Skripsi:

Tisa, “*Penegakan Hukum Aparat Kepolisian terhadap Pelanggaran Barang-Barang Palsu di Makassar Trade Centre*”, Skripsi Fakultas Hukum, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2014).

Meltalia Panjaitan, “*Analisis Yuridis Penegakan Hukum terhadap Penggunaan Barang yang Memakai Merek Tiruan (Tinjauan dari Aspek Budaya Hukum Masyarakat Pengguna)*”, Skripsi Fakultas Hukum, (Pontianak: Universitas Tanjungpura, 2012).

Tommy Hendro Trisdiharto, “*Pengaruh Faktor Sosial dan Personal terhadap Sikap dan Niat Beli Konsumen untuk Barang Palsu di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung*”, Skripsi Fakultas Ekonomi, (Denpasar: Universitas Udayana, 2012).

Kamus:

Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (edisi ketiga)*. Jakarta: Balai Pustaka, 1996.

Jurnal:

Esti, Aryani *Pemalsuan Merek dan Penegakan Hukumnya (ditinjau dari aspek hukum pidana)*, *Jurnal Hukum*, No. 1 Vol. VIII (April, 2009).

Website:

https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Kediri

<http://www.sidoarjo.kab.go.id/index.php?p=duniasaha&p2=24>.

http://www.sidoarjo.kab.go.id/index.php?p=layanan&p2=profil_kabupaten.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

KUESIONER

No. Kuesioner:

Responden Yth,

Nama saya, Destia Rahmahidayani, mahasiswi semester akhir Program Studi Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang sedang melakukan penelitian untuk skripsi mengenai “Jual Beli Barang *Fashion* Palsu Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Masalahah” sebagai salah satu prasyarat kelulusan. Demi tercapainya hasil yang diinginkan, saya mengharapkan kesediaan dan bantuan anda untuk ikut berpartisipasi dengan mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan benar. Semua informasi yang saya peroleh sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis. Tidak ada jawaban benar ataupun salah dalam penelitian ini. Atas kesediannya saya ucapkan terima kasih.

Destia Rahmahidayani – 085655408092

Jawab dan berikan tanda (X) pada salah satu jawaban yang anda pilih.

1. Apakah jenis kelamin Anda?
 - a. Pria
 - b. Wanita

2. Berapa usia Anda saat ini?
 - a. 15 – 19 tahun
 - b. 20 – 24 tahun
 - c. 25 – 29 tahun
 - d. 30 – 34 tahun

3. Apakah pekerjaan Anda saat ini?
 - a. Mahasiswa/i
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Wiraswasta

- b. Pegawai Swasta d. Ibu Rumah Tangga f. Lainnya, sebutkan
.....
4. Biasanya jika saya membeli barang *fashion* palsu, maka saya akan pergi ke :
- a. Mall d. Toko Pinggir Jalan f. Lainnya, sebutkan...
b. Pasar Tradisional e. Online
5. Tolong sebutkan SATU merek produk *fashion* yang menurut anda termasuk kategori *affordable luxury* (mewah terjangkau), di mana anda pernah membeli merek palsunya.
Merek:
6. Berapa kali anda pernah membeli barang *fashion* palsu tersebut?
- a. 1 kali b. 2 kali c. Lebih dari 3 kali
7. Apakah anda merasa memiliki pengetahuan yang cukup untuk dapat membedakan mana produk *fashion* bermerek asli dan mana yang imitasi? (dari segi harga, kualitas bahan, tempat jual, dll)
- a. Ya
b. Tidak
8. Apa yang anda lakukan sebelum membeli barang *fashion* merek palsu?
- a. Browsing di internet d. Melakukan perbandingan model
b. Bertanya pada teman e. Melakukan perbandingan bahan
c. Melakukan perbandingan harga f. Lainnya, sebutkan
9. Adakah reaksi teman anda ketika teman anda tau bahwa anda memakai barang *fashion* palsu?
- a. Merasa malu b. Tidak peduli / cuek c. Lainnya, sebutkan
10. Ketika Anda sedang memakai merek imitasi, jika seandainya ada orang lain bertanya mengenai keaslian merek, apa yang anda katakan?

- a. Mengatakan ini merek asli c. Mengatakan tidak tahu
b. Mengatakan ini merek palsu / KW d. Lainnya, sebutkan
11. Apakah ada perbedaan yang anda rasakan ketika memakai merek asli dengan ketika memakai merek palsu / KW?
- a. Ada
b. Tidak ada, rasanya sama saja
Jika ada, tolong jelaskan

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASINYA











SAT PERPUSTAKA









RIWAYAT HIDUP



Biografi Penulis

Nama : Destia Rahmahidayani
Tempat & Tanggal Lahir : Malang, 30 Desember 1993
Alamat : Jl. Sekarsari Indah No. 126, Tlogowaru,
 Kedungkandang, Malang.
Agama : Islam
Status Perkawinan : Belum Menikah
Pekerjaan : Mahasiswi
Hobi : Mendengarkan Musik dan Menyanyi
Email : sunnuag@gmail.com
No. Telepon/ Hp : 085655408092
Nama Orangtua : Dra. Emie Heldiana Nurwantari, M.Si. dan
 Eko Budi Widodo
Motto : Berusaha, berdoa, bersyukur, dan tidak mudah
 putus asa.
Judul Skripsi : Jual Beli Barang *Fashion* Palsu Perspektif
 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang
 Merek dan Masalah Mursalah.

Pendidikan Formal:

1. SDN Arjowinangun II Malang, Tahun 2006.
2. MTs Negeri Malang I, Tahun 2009.
3. SMA Negeri 6 Malang, 2012.
4. Strata 1 (S1) Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Jawa Timur, Lulus Tahun 2016

