

**NAMA UMUM SEBAGAI PENGHALANG PENDAFTARAN MEREK  
MENURUT HUKUM POSITIF DAN FATWA MUI**

**(Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week  
Sebagai Merek)**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Feby Eka Cipta Milenia**

**NIM 18220163**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2023**

**NAMA UMUM SEBAGAI PENGHALANG PENDAFTARAN MEREK  
MENURUT HUKUM POSITIF DAN FATWA MUI**

**(Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week  
Sebagai Merek)**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Feby Eka Cipta Milenia**

**NIM 18220163**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

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

### **NAMA UMUM SEBAGAI PENGHALANG PENDAFTARAN MEREK MENURUT HUKUM POSITIF DAN FATWA MUI**

**(Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week  
Sebagai Merek)**

Benar-benar karya ilmiah yang disusun sendiri dan apabila terdapat duplikat di dalamnya semata-mata hanyalah referensi dari sumber bacaan yang terpercaya. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat unsur duplikasi, penjiplakan, penulisan data yang tidak sesuai, dan pemindahan data baik sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang telah diperoleh penulis dapat dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 17 Oktober 2023

Penulis  
  
Feby Eka Cipta Milenia

NIM. 18220163

#### HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Feby Eka Cipta Milenia,  
NIM : 18220163, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas  
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

**NAMA UMUM SEBAGAI PENGHALANG PENDAFTARAN MEREK  
MENURUT HUKUM POSITIF DAN FATWA MUI  
(Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week  
Sebagai Merek)**

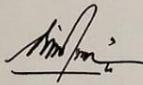
Maka pembimbing menyatakan skripsi tersebut telah memenuhi syarat-  
syarat ilmiah untuk diajukan dan di uji oleh Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui

Malang, 17 Oktober 2023

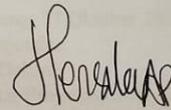
Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing,



Dr. Fakhruddin, M.HI.

NIP 197408192000031002



Hersila Astari Pitaloka, M.P.d

NIP 199208112023212050



**BUKTI KONSULTASI**

Nama : Feby Eka Cipta Milenia  
 NIM/Jurusan : 18220163 / Hukum Ekonomi Syariah  
 Dosen Pembimbing : Hersila Astari Pitaloka, M.P.d  
 Judul Skripsi : Nama Umum Sebagai Penghalang Pendaftaran Merek Menurut Hukum Positif dan Fatwa MUI (Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week Sebagai Merek)

No	Hari/Tanggal	Topik Konsultasi	Tanda Tangan
1	6 Januari 2023	Konsultasi Proposal Skripsi	1.
2	3 Febuari 2023	Revisi Proposal Skripsi	2.
3	6 Febuari 2023	Revisi Proposal Skripsi	3.
4	8 Maret 2023	ACC Proposal Skripsi	4.
5	26 Mei 2023	Bab I-II-III	5.
6	22 Juni 2023	Revisi Skripsi	6.
7	14 Agustus 2023	Bab III-IV	7.
8	27 September 2023	Revisi Skripsi	8.
9	16 Oktober 2023	Revisi Skripsi	9.
10	17 Oktober 2023	ACC Ujian Skripsi	10.

Malang, 17 Oktober 2023  
 Mengetahui  
 a.n Dekan  
 Ketua Program Studi Hukum  
 Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M. HI  
 NIP. 19740819 200003 1002

**PENGESAHAN SKRIPSI**

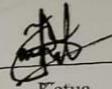
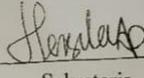
Dewan Penguji Skripsi Saudara/i FEBY EKA CIPTA MILENIA, NIM 18220163,  
Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas  
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

**NAMA UMUM SEBAGAI PENGHALANG PENDAFTARAN MEREK  
MENURUT HUKUM POSITIF DAN FATWA MUI**

**(Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week  
Sebagai Merek)**

Telah dinyatakan lulus dengan nilai (..... 85 .....) )

Dengan Penguji

1. H. Faishal Agil Al Munawar, Lc.M.Hum ( .....  ..... )  
NIP 198810192019031010 Ketua
2. Hersila Astari Pitaloka, M.P.d ( .....  ..... )  
NIP 199208112023212050 Sekretaris
3. Aditya Prastian Supriyadi, SH., MH. ( .....  ..... )  
NIP 1993042920200121003 Penguji Utama

Malang, 28 Desember 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Syariah,



Prof. Dr. Saifuddin, M. A  
NIP. 197708222005011008

## **MOTTO**

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 diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu.

Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu

(QS. Al-Nisa 29)

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Kami panjatkan puja dan puji syukur kehadirat-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“NAMA UMUM SEBAGAI PENGHALANG PENDAFTARAN MEREK MENURUT HUKUM POSITIF DAN FATWA MUI (Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week Sebagai Merek)”** sehingga diselesaikan sesuai dengan jadwal yang ditentukan. Penulisan skripsi ini untuk memenuhi tugas akhir mendapatkan gelar Sarjana Hukum (S.H) pada program Studi S1 Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Segala bentuk bantuan yang telah diterima oleh penulis baik doa, bimbingan, arahan dan para pihak dari hasil diskusi dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi. Segala kerendahan hati dan ketulusan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sudirman M,A. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Dr. Fakhruddin, M.HI., selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Hersila Astari Pitaloka, M.P.d, selaku dosen pembimbing, terima kasih telah meluangkan waktu atas bimbingan, saran dan arahnya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Dwi Fidhayanti, S.HI., M.H. selaku dosen wali penulis saat menempuh perkuliahan di Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Dewan Penguji Skripsi yang telah memberikan arahan yang membangun serta masukan demi menyempurnakan kekurangan pada penelitian penulis.
7. Segenap Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan bimbingan serta ilmu selama perkuliahan.
8. Kedua Orang tua penulis Bapak Joko dan Ibu Nanik yang telah memberikan dukungan secara moril dan materil sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
9. Teman-teman jurusan Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang telah memberikan banyak bantuan selama proses perkuliahan dan pengerjaan penelitian ini.
10. Segenap sahabat-sahabat yang berada di malang maupun di luar malang yang telah memberikan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini.

11. Seluruh staf karyawan fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

12. Dan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat semua penulis sebutkan

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengetahuan maupun pengalaman, penulis yakin terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca agar penulis dapat memperbaiki skripsi ini. Semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Malang, 17 Oktober 2023

Penulis



Feby Eka Cipta Milenia

NIM 18220163

## **PEDOMAN TRANSLITERASI**

### **A. Umum**

Transliterasi ialah pemindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan.

Penulisan judul buku dalam footnote maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini. Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang berstandar internasional, nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### **B. Konsonan**

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut :

<b>Huruf Arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Nama</b>
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	Es (Titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (Titik diatas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Z	Z	Zet (Titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	S	Es (Titik di bawah)
ض	Dad	D	De (Titik di bawah)

ط	Ta	T	Te (Titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (Titik di bawah)
ع	‘ Ain	’.....	Apostrof Terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء/أ	Hamzah	.....’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

### C. Vocal Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa arab dalam bentuk tulisan 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 قالا menjadi qâla Vokal (i) panjang = î misalnya قيل menjadi qîla Vokal (u) panjang = û misalnya دون menjadi dûna

Khusus untuk bacaan ya<sup>‘</sup> nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya<sup>‘</sup> nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya<sup>‘</sup> setelah fathah ditulis dengan “aw” dan “ay”.

Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) = و misalnya قول menjadi qawlu

Diftong (ay) = ي misalnya خير menjadi khayrun

#### **D. Ta’Marbuthah (ة)**

Ta’ marbûthah ditransliterasikan dengan “t” jika berada di tengahkalimat, tetapi apabila ta’ marbuthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya دمالة terdiri dari susunan mudlaf dan mudlafilayh, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya نيرحمه الله menjadifirahmatillâh.

#### **E. Kata Sandang dan Lafasz al-Jalalah**

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalalah yang berada di tengahaengah kalimat yang disandarkan (idhafah) maka dihilangkan. Perhatikan contoh- contoh berikut ini:

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

#### **F. Nama dan Kata Arab TerIndonesiakan**

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

“...Abdurahman Wahid, mantan presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan namun

Perhatikan penulisan nama “Abdurahman Wahid”, “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata- kata tersebut sekalipun berasal dari bahasa arab, namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan telah terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abd al-Rahmân Wahîd”, “Amîn Raîs”, dan bukan ditulis dengan “shalât”

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
BUKTI KONSULTASI.....	v
PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xi
Daftar isi.....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
ABSTRACT .....	xix
مخلص البحث.....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Operasional .....	10
F. Penelitian Terdahulu .....	12
G. Metode Penelitian.....	21
H. Sistematika Penulisan .....	26
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>28</b>
Kerangka Teori .....	28
1. Teori Perlindungan Hukum.....	28
2. Teori Hak Kekayaan Intelektual (HKI) .....	32
3. Perundang-Undangan .....	34
4. Teori Iktikad Baik .....	36

5. Fatwa MUI Nomor:1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).....	37
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Kategorisasi Nama Umum Sebagai Penghalang Pendaftaran Merek Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week Sebagai Merek) .	48
B. Analisis Nama Umum Terhadap Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week Sebagai Merek Prespektif Fatwa MUI No:1/MUNAS VII/MUI/5/ 2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) .....	59
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>

## ABSTRAK

Feby Eka Cipta Milenia, 18220163, 2023. **Nama Umum Sebagai Penghalang Pendaftaran Merek Menurut Hukum Positif dan Fatwa MUI (Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week Sebagai Merek)**. Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Hersila Astarti Pitaloka, M.P.d

---

---

**Kata Kunci :** Nama Umum, Merek, Pendaftaran Merek

Keberadaan Merek di mata konsumen tidak hanya menunjukkan nama atas suatu produk, merek berperan menjadi pembeda antara produk tersebut dengan produk yang lain. Namun, tidak sedikit para pelaku usaha yang melupakan syarat-syarat untuk sebuah pendaftaran merek sebagaimana yang telah ditentukan oleh Undang-Undang.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis bagaimana kategorisasi nama umum sebagai penghalang pendaftaran merek menurut UU. No. 20 Tahun 2016 dan bagaimana analisis nama umum prespektif Fatwa MUI (Studi kasus kontroversi pro kontra pendaftaran *Citayam Fashion Week* sebagai merek). Metode dalam penelitian ini tergolong penelitian normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengumpulan bahan hukum Primer, seperti Undang-Undang no. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Fatwa MUI Nomor: 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Bahan hukum Sekunder, seperti berbagai literatur di perpustakaan, literatur buku milik pribadi, dan karya ilmiah. Bahan hukum Tersier, seperti berbagai literatur di perpustakaan dan literatur hukum milik pribadi.

Hasil penelitian yang pertama bahwa pendaftaran merek *Citayam Fashion Week* tidak dapat didaftarkan sebagai hak merek karena *Citayam Fashion Week* merupakan nama umum yang mana pada pasal 20 huruf F bahwasannya “merek tidak dapat didaftarkan jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum”. Hasil kedua yaitu dalam Fatwa MUI setiap bentuk pelanggaran terhadap HKI seperti menggunakan, mengungkapkan, membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan, memperbanyak, menjiplak, memalsu, membajak HKI milik orang lain secara tanpa hak merupakan kezaliman dan hukumnya adalah haram. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa jika penggunaan nama umum *Citayam Fashion Week* sebagai merek merupakan kezaliman dan dianggap haram.

## ABSTRACT

Feby Eka Cipta Milenia, 18220163, 2023. **Common Name As A Barrier To Brand Registration According To Positive Law And Mui Fatwa (Case Study Of The Controversy Over The Pros And Cons Of Registering Citayam Fashion Week As A Brand)**. Thesis, Sharia Economic Law Study Program, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Supervisor: Hersila Astari Pitaloka, M.P.d

---

---

**Keywords:** Common Name, Brand, Brand Registration

The existence of a brand in the eyes of consumers does not only show the name of a product, the brand plays a differentiating role between that product and other products. However, quite a few business actors forget the requirements for trademark registration as determined by law.

The aim of this research is to analyze how the categorization of common names is a barrier to trademark registration according to the law. No. 20 of 2016 and how to analyze the general name from the perspective of the MUI Fatwa (Case study of the controversy over the pros and cons of registering Citayam Fashion Week as a brand). The method in this research is classified as normative research using statutory and conceptual approaches. Data collection was carried out by collecting primary legal materials, such as Law no. 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications and MUI Fatwa Number: 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 concerning Protection of Intellectual Property Rights (IPR). Secondary legal materials, such as various literature in libraries, privately owned book literature, and scientific works. Tertiary legal materials, such as various literature in libraries and privately owned legal literature.

The first research result is that the Citayam Fashion Week brand registration cannot be registered as a brand right because Citayam Fashion Week is a common name which in article 20 letter F states "a brand cannot be registered if it is a common name and/or symbol of public property". The second result is that in the MUI Fatwa any form of violation of IPR such as using, disclosing, making, using, selling, importing, exporting, circulating, handing over, providing, announcing, reproducing, plagiarizing, counterfeiting, pirating other people's IPR without right is injustice. and the law is haram. Therefore, it can be said that using the general name Citayam Fashion Week as a brand is tyrannical and considered haram.

## مخلص البحث

فيبي إيكاجيبينا ميلينيا، 18220163، 2023. الأسماء الشائعة كعائق أمام تسجيل العلامات التجارية وفق القانون الوضعي وفتوى MUI (دراسة حالة عن إيجابيات وسلبيات الجدل حول تسجيل أسبوع الموضة في سيتيام كعلامة تجارية. البحث الجامعي، قسم القانون الاقتصادي الشرعي، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرفة: هيرسيلا أستاري بيتالوكا الماجستير

**الكلمات الرئيسية:** اسم شائع، العلامة التجارية، تسجيل العلامة التجارية

إن وجود العلامة التجارية في نظر المستهلكين لا يشير فقط إلى اسم المنتج، بل العلامة التجارية لها دور في فرق المنتجات عن بعضها البعض. ولكن ينسى كثيرون من رجال الأعمال متطلبات تسجيل العلامات التجارية كما يحدده القانون.

الهدف من هذا البحث هو تحليل كيف يشكل تصنيف الأسماء الشائعة عائقًا أمام تسجيل العلامات التجارية وفقًا للقانون. لا. قرار مجلس الوزراء رقم 20 لسنة 2016 وكيفية تحليل الاسم العام من وجهة نظر فتوى MUI (دراسة حالة الجدل الدائر حول إيجابيات وسلبيات تسجيل أسبوع سيتيام للموضة كعلامة تجارية). تصنف الطريقة في هذا البحث على أنها بحث معياري باستخدام المدخل القانوني والمفاهيمي. قد أجري جمع البيانات عن طريق جمع المواد القانونية الأساسية، مثل القانون رقم (20) لسنة 2016 بشأن العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية وفتوى مجلس العلماء الإندونيسي رقم: 1/ MUNAS / 7 / MUI / 2005/5 بشأن حماية حقوق الملكية الفكرية. المواد القانونية الثانوية، مثل المطبوعات المختلفة في المكتبات، والمطبوعات من كتب الملكية الخاصة، والمصنفات العلمية. المواد القانونية الثلاثية، مثل المطبوعات المختلفة في المكتبات والمطبوعات القانونية المملوكة الملكية الخاصة.

نتيجة البحث الأولى هي أن تسجيل العلامة التجارية لأسبوع الموضة في سيتيام لا يستطيع تسجيله كحق العلامة التجارية لأن أسبوع الموضة في سيتيام هو اسم عام ينص في المادة 20 حرف F على أنه "لا يستطيع تسجيل العلامة التجارية إذا كانت اسمًا عامًا و/أو رمزًا للملكية العامة. والنتيجة الثانية هي أنه في فتوى مجلس العلماء الإندونيسي أي كل شكل الانتهاكات لحقوق الملكية الفكرية مثل الاستخدام أو الإفصاح أو الصنع أو الاستعمال أو البيع أو الاستيراد أو التصدير أو التداول أو التسليم أو تقديم أو الإعلان أو إعادة الإنتاج أو الانتحال أو التزييف أو قرصنة حقوق الملكية الفكرية لشخص آخر بغير الحق هو ظلم وحرام. لذلك، يمكن القول أنه إذا كنت تستخدم اسمًا شائعًا أسبوع الموضة سيتيام كعلامة تجارية مستتبدة وتعتبر حرامًا.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

*Citayam Fashion Week* adalah acara yang diprakarsai oleh para pemuda dari Citayam, Bojong Gede, dan Depok, yang terletak di Sudirman Central District, juga dikenal sebagai *SCBD*. Kegiatan ini awalnya dimulai oleh remaja yang mengikuti tren "*street fashion*" dengan memamerkan pakaian mereka di luar ruangan sebagai cara untuk ekspresi diri. Setiap orang, tanpa memandang latar belakang mereka, secara spontan bergabung dalam *Citayam Fashion Week* untuk mengekspresikan gaya berpakaian mereka kepada masyarakat umum, karena acara tersebut diadakan secara tidak terjadwal dan tidak diatur.

Pada umumnya, warga masyarakat khususnya dari kalangan remaja memanfaatkan kawasan perlintasan jalan sebagai "*Catwalk*" untuk menampilkan peragaan busana yang dinilai baik menurut masing-masing warga masyarakat tersebut. Popularitas *Citayam Fashion Week* sebagai kegiatan di kalangan remaja mampu menghasilkan keuntungan, ditanggapi oleh pihak-pihak yang berusaha mendaftarkan *Citayam Fashion Week* sebagai merek dagang ke Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (*PDKI*), Kementrian Hukum dan HAM (*Kemenkumham*).

Kebijakan pendaftaran merek dagang *Citayam Fashion Week* mendapat tanggapan yang beragam. Ada yang mendukung kebijakan ini, menganggapnya sebagai upaya untuk membuat *Citayam Fashion Week*

lebih terorganisir dan bermanfaat bagi banyak orang. Namun, beberapa orang menolaknya karena mereka khawatir bahwa pendaftaran merek dagang oleh pihak swasta akan mengubah sifat kegiatan ini, yang semula ditujukan untuk mencapai tujuan mencapai tujuan bisnis.

Pihak swasta yang mendaftarkan merek *Citayam Fashion Week* percaya bahwa pemerintah paling cocok untuk mengelola *Citayam Fashion Week* karena mereka adalah lembaga yang memiliki wewenang untuk mengatur kegiatan di lingkungan umum dan memiliki kemampuan untuk mendorong industri kreatif selama pelaksanaan<sup>1</sup>. Merek memiliki peran yang lebih besar, merek memberikan keunggulan produk yang membedakannya dari produk lain. Merek tidak hanya mencerminkan nama produk di mata konsumen, tetapi juga memiliki peran yang lebih besar.

Ini menunjukkan betapa pentingnya merek bagi para pengusaha, sehingga mereka berusaha sekuat tenaga untuk menjadikan merek mereka semenarik mungkin. Meskipun demikian, seringkali pelaku usaha mengabaikan persyaratan undang-undang untuk pendaftaran merek<sup>2</sup>. Pengaturan mengenai merek saat ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang mengatur tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 huruf F mengatur ketentuan tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa

---

<sup>1</sup> Dian Herdiana, “*Citayam Fashion Week: Fenomena Sosial, Peluang Ekonomi dan Respons Kebijakan Pemerintah*”, *Jurnal Mimbar Muamalah*, No. 1, (2022), 1-10.

[https://www.researchgate.net/publication/362545107\\_Citayam\\_Fashion\\_Week\\_Fenomena\\_Sosial\\_Peluang\\_Ekonomi\\_dan\\_Respons\\_Kebijakan\\_Pemerintah](https://www.researchgate.net/publication/362545107_Citayam_Fashion_Week_Fenomena_Sosial_Peluang_Ekonomi_dan_Respons_Kebijakan_Pemerintah)

<sup>2</sup> Shafa Bakadam & Rr. Aline Gratika Nugrahani, “*Terdaptarnya Kata Umum ‘AJAIB’ Sebagai Merek Pada Daftar Umum Merek*”, *Reformasi Hukum Trisakti*, No. 2, (2022), 460. <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/refor/article/view/13621/8063>

“suatu merek tidak dapat didaftarkan jika merek tersebut merupakan nama umum dan lambang milik umum”<sup>3</sup>. Namun, dalam pasal 20 huruf F Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis tersebut, kriteria telah menjadi milik umum atau *public domain* belum memiliki indikator yang jelas.

Dengan demikian Suyud Margono dalam penelitiannya mengemukakan pengertian merek yang tidak dapat didaftarkan yang dimaksud “*telah menjadi milik umum*” atau “*public domain*”. Dalam pasal 5 huruf c Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang merek yang kini telah menjadi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pasal 20 huruf F merupakan “*nama umum dan/atau lambang milik umum*”, Suyud Margono mencari kata telah menjadi milik umum pertama kali mengacu pada kamus kemudian apabila tidak terdapat di dalam kamus, maka menggunakan kata yang biasa dipakai di dalam perdagangan. Kata telah menjadi milik umum juga harus disamakan dengan kata umum (*generic name*) karena kata umum adalah kata-kata yang sudah biasa digunakan oleh masyarakat<sup>4</sup>.

Merek merupakan monopoli yang sah secara hukum (*legalized monopoly*). Namun, seringkali ada tanda yang tidak seharusnya dimonopoli, misalnya tanda yang terkait dengan milik umum (*public domain*). Tanda-tanda ini tidak seharusnya menjadi hak individu dan tidak

---

<sup>3</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 20 huruf F  
<sup>4</sup> Arthur Novy Tuwaidan, “*Kriteria Tanda Public Domain Yang Digunakan Sebagai Merek*”, *Lex Journal:Kajian & Keadilan*, No. 2, (2019), 17.

<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum/article/view/1409/696>

boleh dimonopoli oleh individu<sup>5</sup>. Salah satu contoh permasalahan pendaftaran hak atas merek yaitu dapat dilihat dari adanya upaya pendaftaran merek dengan nama *Citayam Fashion Week*.

Nama Citayam Fashion Week merupakan nama milik umum dan belum didaftarkan. Namun ada dua pihak yang ingin mendaftarkan nama tersebut sebagai merek yaitu perusahaan hiburan PT Tiger Wong Entertainment dan Aditya Nugroho. PT Tiger Wong Entertainment mendaftarkan *Citayam Fashion Week* pada 20 juli 2022 dengan nomor pendaftaran JID-2022052181 untuk jasa hiburan yaitu bersifat peragaan busana, seperti menyediakan podcast di bidang mode, layanan pelaporan berita di bidang fashion, menyediakan *video online* yang tidak dapat diunduh di bidang mode, organisasi peragaan busana untuk tujuan hiburan, pelaksanaan pameran, peragaan busana dan pameran kebudayaan untuk tujuan hiburan.

Aditya Nugroho mengajukan permohonan sehari sesudahnya pada tanggal 21 Juli 2022 dengan nomor pendaftaran JID-2022052496, dengan jenis jasa hiburan yang berbentuk kontes kesenian, kebudayaan dan pendidikan, peragaan busana, teater, kompetisi, pameran, festival, eksposisi, dan acara olahraga<sup>6</sup>. Pengajuan permohonan HAKI tersebut menuai pro dan kontra di publik. Sebagian warga menilai upaya

---

<sup>5</sup> Arthur Novy Tuwaidan, “Kriteria Tanda Public Domain Yang Digunakan Sebagai Merek”, Lex Journal:Kajian& Keadilan, No. 2, (2019) 3. .

<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum/article/view/1409/696>

<sup>6</sup> Muhammad Agil Aliansyah, “Berebut Merek Citayam Fashion Week”, Merdeka.com, 26 Juli 2022, diakses 1 Februari 2023. <https://www.merdeka.com/peristiwa/berebut-merek-citayam-fashion-week.html>

mengeklaim *Citayam Fashion Week* tidak bijak. Nama *Citayam Fashion Week* yang sudah lebih dulu dikenal oleh masyarakat luas, maka hal ini dapat dijadikan pertimbangan oleh tim pemeriksa merek.

Wakil Gubernur DKI Jakarta Ahmad Riza Patria menyatakan *Citayam Fashion Week* tidak bisa asal diklaim. Ahmad Riza Patria menilai *Citayam Fashion Week* ada karena diciptakan oleh remaja di ruang publik begitu juga pelaksanaan *Citayam Fashion Week*, diadakan di ruang publik, sehingga semua warga baik WNI maupun warga asing bisa berpartisipasi asalkan menjaga ketertiban dan kebersihan. Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil turut berkomentar mengenai pendaftaran hak merek *Citayam Fashion Week*. Ridwan Kamil menyarankan agar fenomena *Citayam Fashion Week* terjadi apa adanya tidak di tempat-tempat lain. Jika memang ingin diatur dengan baik, kewenangan tersebut diberikan kepada komunitas, bukan siapa pun, termasuk Baim Wong<sup>7</sup>.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Fatwa Nomor:1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual mengharamkan setiap bentuk pelanggaran terhadap merek, seperti menggunakan, memperbanyak, menjiplak, memalsukan, dan membajak merek milik orang lain tanpa izin. Menurut Fatwa MUI, merek sebagai salah satu Kekayaan Intelektual merupakan suatu *huquq maliyyah* (hak kekayaan) yang memiliki perlindungan hukum sebagai suatu kekayaan

---

<sup>7</sup> Indira Rezkisari, “Pengajuan Permohonan Merek Citayam Fashion Week, Sebuah Pro dan Kontra”, 25 Juli 2022, diakses 6 Maret 2023.  
<https://news.republika.co.id/berita/rfklhn328/pengajuan-permohonan-merek-citayam-fashion-week-sebuah-pro-dan-kontra-part1>

menurut hukum islam. Merek yang dilindungi menurut hukum islam, yaitu merek yang tidak bertentangan dengan hukum islam<sup>8</sup>.

Penelitian terdahulu menjadi sumber pendukung dalam mencari informasi dan sebagai acuan penulis. Dari referensi yang digunakan penulis nampaknya belum ditemukan penelitian yang secara spesifik membahas mengenai pendaftaran nama milik umum prespektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis dan hukum islam. Penulis menemukan penelitian yang pembahasannya berkaitan dengan judul ini.

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Ilvi Nabilah, Sudjana, Laina Rafianti. yang berjudul “Penggunaan Nama Desa Trusmini Pada Merek Dagang Terdaftar Dikaitkan Dengan Hak Ekonomi Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis”. Penelitian ini berfokus pada analisis penggunaan nama desa Trusmini pada merek menggunakan hak ekonomi berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian ini diadakan untuk menentukan kesesuaian pendaftaran merek dagang terdaftar batik trusmini dengan ketentuan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan Indikasi Geografis serta menentukan pemanfaatan hak ekonomi berkaitan penggunaan nama desa sebagai merek dagang.

---

<sup>8</sup> Fatwa MUI No:1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

*Kedua*, Putra Partahi B Sitorus, yang berjudul Analisis Pendaftaran Merek Dagang “Mendoan” Sebagai Kearifan Lokal Daerah Banyumas Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis”. Penelitian ini berfokus menganalisis pendaftaran merek dagang “Mendoan” berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sebagai kearifan lokal daerah banyumas. Penelitian ini diajukan untuk mengkaji terkait kinerja dan prosedur pendaftaran yang tidak tepat dilakukan oleh Ditjen HKI dengan mengeluarkan sertifikat merek mendoan dan akibat hukum jika mendoan didaftarkan sebagai merek dagang.

Berikut adalah 2 contoh topik penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis. Perbedaan penelitin *pertama* yaitu secara subjek, penelitin penulis menggunakan nama kota yang didaftarkan sebagai hak merek untuk jasa hiburan. Sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan nama desa sebagai merek dagang yaitu batik trusmini. Pada penelitian *kedua*, perbedaannya yaitu secara subjek, penelitian penulis menggunakan nama kota yang didaftarkan sebagai hak merek untuk jasa hiburan, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan nama makanan “Mendoan” sebagai merek dagang.

Dari kedua contoh penelitian terdahulu tersebut ternyata dari sudut pandang yang digunakan juga berbeda, pada penelitian terdahulu menggunakan sudut pandang Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang

merek dan Indikasi Geografis. Sedangkan penulis menggunakan sudut pandang Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang merek dan Indikasi Geografis dan Hukum Islam.

Dari permasalahan pendaftaran merek *Citayam Fashion Week* yang akan didaftarkan oleh PT Tiger Wong Entertainment dan Aditya Nugroho merupakan salah satu bentuk itikad tidak baik yang bisa terjadi di masyarakat dan pastinya akan merugikan banyak pihak, karena merek *Citayam Fashion Week* merupakan nama umum. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“NAMA UMUM SEBAGAI PENGHALANG PENDAFTARAN MEREK MENURUT HUKUM POSITIF DAN FATWA MUI (Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week Sebagai Merek)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kategorisasi nama umum sebagai penghalang pendaftaran merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi kasus kontroversi pro kontra pendaftaran citayam fashion week sebagai merek)?
2. Bagaimana analisis nama umum terhadap kontroversi pro kontra pendaftaran Citayam Fashion Week sebagai merek prespektif Fatwa

MUI NOMOR:1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)?

### **C. Tujuan Penelitian**

Menurut permasalahan yang telah dituliskan di atas adapun tujuan dari penulis adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana kategorisasi nama umum sebagai penghalang pendaftaran merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi kasus kontroversi pro kontra pendaftaran citayam fashion week sebagai merek)
2. Untuk menganalisis bagaimana analisis nama umum terhadap kontroversi pro kontra pendaftaran Citayam Fashion Week sebagai merek prespektif Fatwa MUI NOMOR:1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan pentingnya disiplin ilmu yang sekurang-kurangnya telah dipetakan menjadi dua kategori, diantaranya:

1. Manfaat Toritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan hukum, khususnya Hukum Hak Kekayaan Intelektual

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat memperluas pengetahuan mengenai pentingnya pendaftaran merek.
- b. Bagi masyarakat, sebagai masukan bagi upaya memberikan pengertian mengenai arti penting pendaftaran merek untuk kegiatan perdagangan agar mendapatkan perlindungan hukum.
- c. Bagi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dalam mengeluarkan kebijakannya terhadap peraturan yang berhubungan dengan pelaksanaan pendaftaran atau pemeriksaan merek.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan perbandingan dan referensi yang akan menggunakan tema yang serupa.

#### **E. Definisi Operasional**

Agar dapat memudahkan pembaca dan menghindari terjadinya kesalahpahaman serta tidak menyimpang dari pembahasan yang dibahas oleh penulis pada skripsi yang berjudul **“Nama Umum Sebagai Penghalang Pendaftaran Merek Menurut Hukum Positif dan Fatwa MUI (Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week Sebagai Merek)”**, Maka penulis menjelaskan definisi operasional dalam skripsi ini sebagai berikut :

1. Nama Umum

Nama umum adalah nama yang dikenal oleh masyarakat dalam percakapan sehari-hari

2. Pendaftaran Merek

Pendaftaran Merek yaitu alat bukti yang sah atas merek terdaftar. Pendaftaran merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis<sup>9</sup>.

### 3. Hukum Positif

Hukum positif merupakan kumpulan asas dan kaidah hukum tertulis dan tidak tertulis yang pada saat ini sedang berlaku dan mengikat secara umum atau khusus dan ditegakkan oleh atau melalui pemerintah atau pengadilan dalam negara Indonesia<sup>10</sup>.

Hukum positif yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu menggunakan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

### 4. Fatwa MUI

Fatwa MUI ini merupakan hasil pendapat hukum dari suatu permasalahan yang penetapan aturan ini berasal dari lembaga yang bernama Majelis Ulama Indonesia yang beranggotakan para ulama dan cendekiawan muslim. Hadirnya Fatwa MUI Nomor:1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) diharap mampu memperkuat hukum positif Indonesia yaitu Undang-Undang.

---

<sup>9</sup> Wikipedia.org, Universitas Bina Nusantara, “*Keuntungan Pendaftaran Merek*”, “Wikipedia.org, Universitas Bina Nusantara, Agustus 2017, diakses 21 Desember 2022. <https://business-law.binus.ac.id/konsultasi-hukum/keuntungan-pendaftaran-merek/>

<sup>10</sup> Hukum Online.com, “*Bahasa Hukum: Fatwa dan Hukum Positif*”, 27 Januari 2017, Diakses 25 Desember 2023. <https://www.hukumonline.com/berita/a/bahasa-hukum--fatwa-dan-hukum-positif-lt588a80629c445/>

## 5. Citayam Fashion Week

Citayam Fashion Week merupakan tren street fashion yang dilakukan oleh remaja asal Citayam, Bogor, dan Depok di kawasan Sudirman<sup>11</sup>.

## F. Penelitian Terdahulu

Pada pembuatan penelitian ini, penulis menggunakan hasil penelitian terdahulu sebagai referensi untuk memastikan bahwa belum ada yang membahas tentang penelitian ini dan juga melakukan pengamatan agar tidak terjadi adopsi dalam penelitian. Adapun penelitian terdahulu tersebut antara lain :

1. Ilvi Nabilah, Sudjana, Laina Rafianti, pada tahun 2018 yang berjudul “Penggunaan Nama Desa Trusmi Pada Merek Dagang Terdaftar Dikaitkan Dengan Hak Ekonomi Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis” dari Universitas Padjadjaran. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Yuridis Normatif yaitu menelaah bahan pustaka dan data primer yang diperoleh secara langsung dari masyarakat. Fokus penelitian ini yaitu menganalisis penggunaan nama desa trusmi pada merek menggunakan hak ekonomi berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian ini diadakan untuk menentukan kesesuaian pendaftaran merek dagang terdaftar batik trusmi dengan ketentuan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016

---

<sup>11</sup> Rr Rosita Cindrakasih, “*Citayam Fashion Week Bentuk Artikulasi Globalisasi Kultural dan Komunikasi Identitas Fashion Anak Muda*”, Jurnal Public Relations-JPR, No. 2, (2022), 111. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/1479>

Tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta menentukan pemanfaatan hak ekonomi berkaitan penggunaan nama desa sebagai merek dagang. Hasil penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa pada pasal 20 huruf f Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yaitu tidak dapat didaftarkan sebuah merek yang merupakan suatu tanda yang telah menjadi milik umum. Tanda milik umum ini merupakan tanda yang terdiri dari tanda atau indikasi yang menunjukkan kelaziman atau kebiasaan terkait dengan bahasa yang dikenali secara nasional yang digunakan dalam praktik perdagangan yang jujur (generic term). Pasal 20 huruf f Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menyebutkan bahwa suatu merek tidak dapat didaftar jika merek tersebut merupakan nama umum dan atau lambang milik umum. Bahwa Trusmi adalah nama umum atau public domain yang seharusnya tidak dapat didaftarkan sebagai merek. Secara ekonomi hal tersebut akan berakibat penurunan pendapatan yang akan berujung pada penurunan kesejahteraan masyarakat Desa Trusmi yang sejak dahulu menggeluti usaha sebagai pengerajin batik<sup>12</sup>.

2. Irsalina Julia Ermin, pada tahun 2016, yang berjudul “Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Yang Menggunakan Kata Milik Umum (Analisis Terhadap Pendaftaran Merek Mendoan di Banyumas, Jawa Tengah)”, dari Universitas Hasanuddin Makassar. Penelitian ini

---

<sup>12</sup> Ilvi Nabilah, Sudjana, dan Laina Rafianti, “Penggunaan Nama Desa Trusmini Pada Merek Dagang Terdaftar Dikaitkan Dengan Hak Ekonomi Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis”, Jurnal Hukum Kenotariatan dan Ke-PPAT-an, No. 1, (2018) <https://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/acta/article/view/186>

menggunakan jenis penelitian empiris untuk memperoleh data atau menghimpun data, fakta dan informasi yang diperlukan. Fokus Penelitian ini yaitu menganalisis kata Mendoan yang telah menjadi milik umum. Penelitian ini diadakan untuk mengetahui analisis hukum kata Mendoan yang telah menjadi milik umum yang didaftarkan sebagai sebuah merek berdasarkan UU No.15 Tahun 2001 tentang Merek dan untuk mengetahui pertimbangan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual terhadap penerimaan kata Mendoan sebagai merek. Hasil penelitian ini yaitu berdasarkan UU No.15 Tahun 2001 kata milik umum tidak dapat didaftarkan menjadi sebuah merek. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual menerima kata Mendoan sebagai merek dengan pertimbangan tidak ada keterkaitan antara kata dan barang produksi yang didaftarkan sebagai merek. Tetapi penulis berbeda pendapat, menurut penulis kata mendoan dan barang produksi (keripik tempe) yang didaftarkan masih memiliki keterkaitan. Meskipun merek mendoan telah dihapuskan, namun Direktorat Jenderal HKI telah keliru dalam penghapusan merek tersebut. Penghapusan yang diprakarsai oleh pihak ketiga harus melalui gugatan ke Pengadilan Niaga, tetapi dalam hal ini Direktorat Jenderal HKI mrnghapus Merek Mendoan hanya dengan alasan permohonan pihak ketiga saja tanpa adanya gugatan melalui Pengadilan Niaga, merujuk pada ketentuan yang berlaku, jika ingin meniadakan merek Mendoan yang terdaftar seharusnya langkah yang Ditjen HKI lakukan ialah

membatalkan merek tersebut karena bertentangan dengan pasal 5 UU No.15 Tahun 2001 tentang Merek<sup>13</sup>.

3. Putra Partahi B Sitorus, pada tahun 2017, yang berjudul “Analisis Pendaftaran Merek Dagang “Mendoan” Sebagai Kearifan Lokal Daerah Banyumas Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis”, dari Universitas Sriwijaya Indralaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis normatif, menggunakan bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Pendekatan yang dilakukan melalui Undang- Undang, Pendekatan kasus, Pendekatan Analitis. Fokus Penelitian ini yaitu menganalisis Pendaftaran Merek Dagang “Mendoan” Berdasarkan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Sebagai Kearifan Lokal Daerah Banyumas. Penelitian ini diadakan untuk mengkaji terkait kinerja dan prosedur pendaftaran yang tidak tepat dilakukan oleh Ditjen HKI dengan mengeluarkan sertifikat merek mendoan dan akibat hukum jika mendoan didaftarkan sebagai merek dagang. Hasil penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa sertifikat merek mendoan yang dikeluarkan oleh Ditjen Hak Kekayaan Intelektual tidak tepat karena bertentangan dengan peraturan terkait

---

<sup>13</sup> Irsalina Julia Ermin, “*Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Yang Menggunakan Nama Milik Umum (Analisis Terhadap Pendaftaran Merek Mendoan di Banyumas, Jawa Tengah)*”, (Skripsi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2016). <https://adoc.pub/download/skripsi-tinjauan-hukum-terhadap-pendaftaran-merek-yang-mengg.html>

dengan merek dan akibat hukumnya dapat diajukan gugatan pembatalan terhadap merek mendoan di Pengadilan Niaga<sup>14</sup>.

4. Shafa Bakadam & Rr. Aline Gratika Nugrahani, pada tahun 2022, yang berjudul “Terdaftar Kata Umum”Ajaib” Sebagai Merek Pada Daftar Umum Merek”, dari Universitas Trisakti. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif, dengan data sekunder yang ditunjang oleh data primer. Sifat penelitian bersifat deskriptif dan penarikan kesimpulan dengan metode deduktif. Fokus Penelitian ini yaitu menganalisis kata umum “ajaib” sebagai merek yang terdaftar pada daftar umum merek. Penelitian ini diadakan untuk membahas apakah kata “ajaib” tidak termasuk ke dalam kategori kata umum berdasarkan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis sehingga pendaftarannya diterima oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, serta akan membahas mengenai bagaimana akibat hukum terhadap diterimanya suatu pendaftaran kata umum sebagai merek dan upaya hukum apa yang dapat dilakukan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hasil penelitian ini yaitu

---

<sup>14</sup> Putra Partahi B Sitorus, “*Analisis Pendaftaran Merek Dagang “Mendoan” Sebagai Kearifan Lokal Daerah Banyumas Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*”, (Skripsi, Universitas Sriwijaya Indralaya, 2017).  
[https://repository.unsri.ac.id/17966/1/RAMA\\_74201\\_02121001076\\_0025106204\\_0003115706\\_01\\_front\\_ref.pdf](https://repository.unsri.ac.id/17966/1/RAMA_74201_02121001076_0025106204_0003115706_01_front_ref.pdf)

bahwa kata “ajaib” merupakan kata umum sehingga tidak dapat di terima pendaftarannya sebagai merek<sup>15</sup>.

5. Arthur Novy Tuwaidan, pada tahun 2018, yang berjudul “Kriteria Tanda Public Domain Yang Digunakan Sebagai Merek”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif yaitu penelitian hukum yang dengan menggunakan metode yang sesuai dengan karakteristik keilmuan dari ilmu hukum. Penelitian ini diadakan untuk meneliti kriteria public domain yang digunakan sebagai merek. Hasil penelitian ini yaitu public domain (milik publik) yang berarti objek tidak berada dalam kepemilikan individu, sehingga dapat digunakan oleh siapapun dan dapat dieksploitasi dan digunakan secara komersial oleh masyarakat secara bebas tanpa memerlukan ijin dari siapapun<sup>16</sup>.

**Tabel 1.1**

**Perbandingan Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Ilvi Nabilah, Sudjana, Laina	Penggunaan Nama Desa Trusmini Pada Merek Dagang	Persamaan membahas mengenai pendaftaran	Perbedaan terdapat pada objek penelitian

<sup>15</sup> Shafa Bakadam & Rr. Aline Gratika Nugrahani, “Terdaftaranya Kata Umum “AJAIB” Sebagai Merek Pada Daftar Umum Merek”., Ibid. <https://ejournal.trisakti.ac.id/index.php/refor/article/view/13621/8063>

<sup>16</sup> Arthur Novy Tuwaidan, “Kriteria Tanda Public Domain Yang Digunakan Sebagai Merek”., Lex Journal:Kajian & Keadilan, No. 2, (2019), <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum/article/view/1409/696>

	Rafianti	<p>Terdaftar Dikaitkan Dengan Hak Ekonomi Berdasarkan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis</p>	<p>nama milik umum sebagai hak merek.</p>	<p>yang digunakan, pada penelitian tersebut menggunakan objek Desa Trusmi sedangkan penulis menggunakan objek Citayam Fashion Week.</p>
2.	Irsalina Julia Ermin	<p>Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Yang Menggunakan Kata Milik</p>	<p>Memiliki persamaan dalam menganalisis nama yang telah menjadi milik umum</p>	<p>Perbedaan terletak pada sumber hukum yang digunakan yaitu UU</p>

		Umum (Analisis Terhadap Pendaftaran Merek Mendoan di Banyumas, Jawa Tengah)		No.15 Tahun 2001, sedangkan penulis menggunakan sumber hukum UUNo. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
3.	Putra Partahi B Sitorus	Analisis Pendaftaran Merek Dagang “Mendoan” Sebagai Kearifan Lokal Daerah Banyumas	Persamaan terdapat pada sumber hukum yang digunakan yaitu UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi	Perbedaan terletak pada analisis studi kasus yang digunakan, pada penelitian

		Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis	Geografis	tersebut menganalisis pendaftaran merek dagang “mendoan” sedangkan penulis menganalisis pendaftaran merek “citayam fashion week”
4.	Shafa Bakadam & Rr. Aline Gratika Nugrahani	Terdaftar Kata Umum”Ajaib” Sebagai Merek Pada Daftar Umum Merek	Persamaan terdapat pada sumber bukum yang digunakan yaitu UU No. 20 Tahun 2016	Penelitian ini menganalisis kata umum “ajaib” sedangkan

			Tentang Merek dan Indikasi Geografis	penulis menganalisis nama umum “citayam fashion week”
5.	Arthur Novy Tuwaidan	Kriteria Tanda Public Domain Yang Digunakan Sebagai Merek	Persamaan terdapat pada sumber bukum yang digunakan yaitu UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis	Penelitian ini membahas kriteria tanda publik domain sedangkan penulis membahas pendaftaran publik domain sebagai hak merek

## **G. Metode Penelitian**

Penelitian yaitu penerapan metode ilmiah untuk memecahkan masalah dan memajukan pengetahuan. Sugiono mendefinisikan teknik penelitian sebagai seperangkat prosedur ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data yang tepat guna mengidentifikasi, mengembangkan, dan memvalidasi informasi tertentu. Oleh karena itu, metodologi penelitian memungkinkan pemahaman, penyelesaian, dan prediksi beragam masalah<sup>17</sup>.

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian dalam penulisan sripsi ini adalah literatur atau penelitian hukum normatif. Dalam kemajuan ilmu hukum, penelitian hukum normatif juga dikenal sebagai "*dogmatika hukum*" atau "*rechtsdogmatiek*" merupakan teknik yang sering digunakan<sup>18</sup>. Kajian hukum normatif diartikan oleh Mukti Fajar ND dan Yulianto Ahmad sebagai penelitian yang memandang hukum sebagai kumpulan norma yang terdiri dari putusan pengadilan, perjanjian, doktrin (ajaran), dan norma<sup>19</sup>.

Peneliti menggunakan penelitian hukum normatif karena penulis ingin menganalisis nama umum sebagai penghalang pendaftaran merek menurut hukum positif dan fatwa mui (studi kasus kontroversi

---

<sup>17</sup> Jonaedi Efendi & Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Cet 2, (Depok: Prenadamedia Group, 2018), 3.

<sup>18</sup> Sulistyowati Irianto & Shidarta, *Metode Penelitian Hukum:Konstelasi dan Refleksi*, (Jakarta:Yayasan Obor Indonesia, 2009), 142.

<sup>19</sup> Salim & Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Cet.1, (Jakarta:Rajawali Pers, 2013),13.

pro kontra pendaftaran citayam fashion week sebagai merek). Penelitian hukum normatif menurut peneliti merupakan bagian dari penelitian hukum yang menitikberatkan pada hukum sebagai suatu peraturan dan mencakup sumber-sumber hukum seperti undang-undang, peraturan pengadilan, perjanjian, kontrak, pendapat ahli, dan teori hukum. Menurut peneliti, dengan melakukan penelitian semacam ini akan memudahkan peneliti menemukan solusi atas permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini.

## 2. Pendekatan Penelitian

Proses penulisan artikel ilmiah dijelaskan dengan menggunakan pendekatan penelitian. Para sarjana menggunakan metodologi penelitian untuk mengumpulkan data dari beberapa sudut pandang mengenai permasalahan hukum yang sedang diselidiki. Studi ini menggunakan yuridis normatif, pendekatan hukum normatif, dan menggunakan lebih dari satu pendekatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*) dan pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*):

- a. Pendekatan Perundang-Undangan (*Statute Approach*) yaitu Metode yang mengandalkan undang-undang dan peraturan<sup>20</sup>. Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini.

---

<sup>20</sup> J. Andy Hartanto, *Aspek Hukum Peralihan Hak Milik Atas Satuan Rumah Susun*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2018),12.

- b. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*) adalah pendekatan yang bertujuan untuk menciptakan suatu konsep yang akan menjadi dasar penelitian dengan memulai dari perspektif dan doktrin yang ada dalam ilmu hukum<sup>21</sup>.

### 3. Bahan Hukum

Data sekunder dalam penelitian hukum dapat dikategorikan ke dalam tiga kategori berdasarkan tingkat kekuatan keterikatan, yaitu<sup>22</sup>:

- a. Bahan Hukum Primer

Dalam penelitian ini, bahan primer adalah bahan hukum yang memiliki kekuatan mengikat, meliputi:

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
2. Fatwa MUI Nomor:1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan sumber hukum lainnya yang terkait.

- b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang menjelaskan bahan hukum primer. Beberapa contoh bahan hukum sekunder yang digunakan adalah:

1. Hasil penelitian (hukum)
2. Hasil karya (ilmiah)
3. Jurnal

---

<sup>21</sup> J. Andy Hartanto, *Aspek Hukum Peralihan Hak Milik Atas Satuan Rumah Susun*, Ibid., 12-13.

<sup>22</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Cet 3 (Jakarta:Sinar Grafika, 2011), 23-24

4. Buku
  5. pendapat ahli hukum yang berhubungan dengan permasalahan.
- c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan yang membantu dan menjelaskan bahan hukum primer dan sekunder, meliputi:

1. Pedoman penulisan karya ilmiah dan lainnya.

#### **4. Metode Pengumpulan Bahan Hukum**

Penulis penelitian ini menggunakan metode berikut untuk mengumpulkan data:

- a. Bahan hukum primer berasal dari peraturan perundang-undangan yang terkait yang berlaku di Indonesia dan Fatwa MUI Nomor: 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
- b. Bahan hukum sekunder diperoleh dengan mencari berbagai literatur di perpustakaan, literatur buku milik pribadi, dan karya ilmiah dengan cara membaca, menelaah dan mengutip peraturan perundang-undangan, buku- buku dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan.
- c. Bahan hukum tersier diperoleh dengan membaca, meneliti, dan mengutip literatur yang berkaitan, serta literatur milik pribadi.

#### **5. Metode Analisis Bahan Hukum**

Sumber hukum dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis yuridis kualitatif. Setelah bahan-bahan

dikumpulkan dan diorganisasikan dalam kerangka yang telah ditentukan, bahan-bahan tersebut diperiksa melalui konstruksi hukum, penafsiran, dan perdebatan<sup>23</sup>.

## H. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan penting agar pembaca dan penulis merasa nyaman. Oleh karena itu, materi ini disusun menjadi empat bab oleh penulis sesuai dengan pedoman penulisan karya ilmiah yang dibuat oleh Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Selanjutnya, setiap bab dibagi menjadi subbab yang memiliki tujuan yang sama dan dibahas lebih lanjut seperti berikut:

BAB I Hal ini dimulai dengan informasi latar belakang yang menentukan konteks topik yang dibahas. Hal ini memberikan landasan untuk menggali lebih dalam permasalahan yang harus diselidiki. Bab ini juga menawarkan rumusan masalah yang merinci pertanyaan penelitian yang akan diteliti. Selain itu, terdapat tujuan penelitian yang menjelaskan tujuan penelitian ini serta manfaat penelitian yang mencantumkan manfaat penelitian yang akan ditawarkan kepada semua pihak yang berkepentingan. Diharapkan banyak orang akan mendapat manfaat besar dari penelitian ini.

Bab selanjutnya menjelaskan definisi konseptual, yang meliputi definisi variabel-variabel penelitian yang akan dibahas. Kemudian, untuk mencegah plagiarisme, bab ini membahas penelitian terdahulu yang

---

<sup>23</sup> Kalimatul Jumroh & Ade Kosasih, *Pengembalian Aset Negara Dari Pelaku Tindak Pidana Korupsi (Studi Undang-Undang tentang Pemberantasan Korupsi dan United Nation Convention Against Corruption 2003)*, Cet 1, (Bengkulu: CV. Zigie Utama, 2015),39.

dijadikan sumber penelitian ini serta keterbatasan penelitian ini. Bab terakhir membahas sistematis isi dari Bab 1 hingga Bab IV yang akan diteliti.

BAB II Tinjauan pustaka membahas permasalahan hukum yang menjadi fokus peneliti dan menawarkan gagasan untuk mendukung penelitian. Bab ini juga menyajikan analisis data dari berbagai sumber hukum.

BAB III temuan dan perdebatan dari penelitian yang membahas teks hukum yang ditemukan. Bab ini diawali dengan analisis berdasarkan pendekatan undang-undang dan kasus, yang akan menjawab rumusan masalah penelitian dengan menggunakan bahan hukum primer dan sekunder.

BAB IV Bagian penutup, mencakup kesimpulan dan rekomendasi dari seluruh penelitian. Kesimpulan bertujuan untuk memberikan jawaban masalah penelitian secara ringkas. Selain itu, rekomendasi juga dapat mencakup rekomendasi akademik yang dapat diberikan kepada lembaga atau pihak yang memiliki otoritas lebih tinggi terkait dengan subjek penelitian. Saran juga mencakup saran untuk penelitian masa depan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Kerangka Teori**

Kerlinger menggambarkan teori sebagai kumpulan konsep yang saling terkait yang membentuk perspektif sistematis tentang fenomena tertentu<sup>24</sup>. Penulis penelitian ini menggunakan beberapa teori Hak Kekayaan Intelektual, bersama dengan teori lain yang berkaitan dengan subjek penelitian.

#### **1. Teori Perlindungan Hukum**

Berfungsi sebagai penyangga terhadap pelanggaran hak asasi manusia (HAM) pihak lain, menurut Satijipto Raharjo. Tujuan dari perlindungan ini adalah agar individu dapat memanfaatkan segala keuntungan yang diamanatkan secara hukum.

Ada dua cara pemerintah melindungi rakyat, Menurut Phillipus M. Hadjon, yaitu:

##### **a. Perlindungan hukum yang bersifat preventif**

Untuk menghindari perselisihan di kemudian hari, masyarakat diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapatnya sebelum pemerintah mengambil keputusan akhir sebagai bagian dari perlindungan hukum preventif. Produk harus didaftarkan terlebih

---

<sup>24</sup> Feida Noorlaila Isti'adah, *Teori-Teori Belajar Dalam Pendidikan*, Cet 1, (Tasikmalaya : Edu Publisher, 2020), 27

dahulu untuk peruntukan geografis guna menjamin perlindungan dan kejelasan hukum. Pemerintah dan masyarakat harus mengidentifikasi produk potensial berdasarkan geografi guna memberikan perlindungan hukum preventif. Tujuannya untuk mencegah pelanggaran indikasi geografis, khususnya terhadap barang-barang dalam negeri yang memiliki brand recognition yang kuat dan nilai ekonomi yang tinggi. Oleh karena itu, menjaga kepastian hukum sangatlah penting<sup>25</sup>.

b. Perlindungan hukum yang bersifat represif

Digunakan untuk mencapai penyelesaian sengketa<sup>26</sup>. Perlindungan hukum yang represif diperlukan ketika hak atas indikasi geografis dan merek dagang dilanggar. Baik gugatan perdata atau tindakan pidana dapat mencapai hal ini. Dalam hal haknya dilanggar, pemilik indikasi geografis dan merek dagang terdaftar dilindungi secara hukum. Mereka dapat dilindungi dari permintaan pembayaran atau pencabutan seluruh izin penggunaan merek dagang dan indikasi geografis tertentu, serta dari otoritas hukum yang menuntut mereka atas kejahatan<sup>27</sup>.

Monopoli mencirikan sifat eksklusif hak merek, yang hanya memberikan wewenang kepada pemilik merek untuk memanfaatkannya. Orang lain tidak diperbolehkan untuk

---

<sup>25</sup> Agung Saifudin Aziz, ‘‘Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Sertifikasi Indikasi Geografis Carica Wonosobo’’, (skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019), 11-12. [http://digilib.uin-suka.ac.id/38439/1/11120090\\_BAB-I\\_IV.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/38439/1/11120090_BAB-I_IV.pdf)

<sup>26</sup> JH. Sinaulan, ‘‘Perlindungan Hukum Terhadap Warga Masyarakat’’, Jurnal Ideas, No. 1, (2018), 81 <https://www.jurnal.ideaspublishing.co.id/index.php/ideas/article/view/67>

<sup>27</sup> Agung Saifudin Aziz, ‘‘Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Sertifikasi Indikasi Geografis Carica Wonosobo’’, (skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019), 12. [http://digilib.uin-suka.ac.id/38439/1/11120090\\_BAB-I\\_IV.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/38439/1/11120090_BAB-I_IV.pdf)

mengeksploitasi hak eksklusif tersebut tanpa persetujuan pemilik merek. Jika pihak ketiga menggunakan hak eksklusif ini tanpa persetujuan pemilik merek, tindakan tersebut dapat dianggap ilegal dan menimbulkan konsekuensi<sup>28</sup>.

Ada tiga jenis sanksi yang dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dagang dan Indikasi Geografis, yakni Pasal 100 Ayat 1, 2, dan 3. yaitu<sup>29</sup>:

- 1) Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- 2) Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- 3) Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia,

---

<sup>28</sup> Imam Fahrizal, “*Perspektif Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Peraturan-Peraturan Terkait Hak Merek*”, (skripsi, Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), 60.  
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/44234/1/IMAM%20FAHRIZAL-FSH.pdf>

<sup>29</sup> Pasal 100 Undang-UNDANG No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Keadilan dapat dicapai melalui pemikiran yang benar, pelaksanaan yang adil, jujur, dan pertanggungjawaban atas tindakan yang dilakukan. Untuk menciptakan masyarakat yang aman dan damai, rasa keadilan dan kepatuhan hukum harus dijunjung tinggi. Keadilan harus dibangun berdasarkan hukum, bukan kekuatan. Selain itu, hukum berfungsi untuk melindungi kepentingan manusia, dan empat komponen harus diperhatikan dalam penegakan hukum, yaitu<sup>30</sup>:

- 1) Keadilan
- 2) Kemanfaatan
- 3) Kepastian
- 4) Jaminan

Untuk mencapai keadilan Hukum, penegakan hukum dan keadilan harus berpikir logis dan bergantung pada bukti dan barang bukti. Isi hukum harus menjadi kenyataan ketika para pelaku hukum melaksanakannya secara efektif dan patuh terhadap undang-undang. Tujuannya adalah untuk memastikan kepastian hukum dan keadilan hukum di Indonesia dengan mencegah penyimpangan aturan dan penyalahgunaan hukum yang direncanakan yang melibatkan keseragaman hukum.

---

<sup>30</sup> Nike Ardila, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dagang (Studi Komperatif Hukum Positif dan Hukum Islam)", (Skripsi, institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2018), 32-33  
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/2733/>

## 2. Teori Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Robert C. Sherwood menyatakan bahwa ada lima teori utama yang menjunjung tinggi perlindungan hak kekayaan intelektual (HAKI)<sup>31</sup>:

### a. *Reward Theory*

Makna mendalamnya terletak pada pengakuan atas kontribusi intelektual seseorang. Penting untuk memberikan kompensasi kepada para penemu, inovator, dan desainer atas karya imajinatif mereka dalam menemukan atau memproduksi produk intelektual semacam ini.

### b. *Recovery Theory*

Ide dasarnya adalah bahwa mereka yang telah menginvestasikan modal, waktu, dan energi dalam menciptakan karya intelektual harus diberi kompensasi atas upaya mereka.

### c. *Incentive Theory*

Menurut hipotesis ini, dukungan terhadap penemu, pencipta, atau desainer terkait dengan pertumbuhan kreativitas. Teori ini menyarankan bahwa pencipta, penemu, atau perancang harus diberi insentif untuk melakukan penelitian yang bermanfaat.

### d. *Risk Theory*

Akui bahwa kerja yang berani mengambil risiko menghasilkan hak kekayaan intelektual (HAKI).

### e. *Economic Growth Stimulus Theory*

---

<sup>31</sup> Rati Fauza Mayana, *Perlindungan Desain Industri Di Indonesia Dalam Era Perdagangan Bebas*, (Jakarta:PT.Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004), 44-46.

Menurut gagasan ini, setiap tujuan yang memotivasi terciptanya sistem perlindungan HKI yang efisien berkaitan dengan pembangunan ekonomi. Perlindungan hak kekayaan intelektual (HAKI) diakui sebagai senjata pembangunan ekonomi.

### **3. Perundang-Undangan**

Undang-undang nomor 20 tahun 2016 yang mengatur tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang merek, menyatakan<sup>32</sup>:

#### **Pasal 1 angka (1)**

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

#### **Pasal 20**

Merek yang tidak dapat didaftar jika:

- a. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan atau ketertiban umum
- b. Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya

---

<sup>32</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

- c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis
- d. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi
- e. Tidak memiliki daya pembeda, dan/atau
- f. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum

#### Pasal 21

- 1) Permohonan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:
  - a. merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis
  - b. merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis
  - c. merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu, atau
  - d. indikasi Geografis terdaftar
- 2) permohonan ditolak jika merek tersebut:
  - a. merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak

- b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang, atau
  - c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
- 3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik
  - 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan permohonan merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai dengan huruf c diatur dengan Peraturan Menteri

#### **4. Teori Iktikad Baik**

Pasal 1338 ayat 3 KUHPerdara mengatur bahwa “Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.” Hal ini menunjukkan konsep itikad baik. Prinsip ini menunjukkan bahwa untuk mencapai tujuan perjanjian, para pihak dalam suatu kontrak diharapkan melaksanakan isi atau pencapaiannya dengan kepercayaan yang kuat dan niat baik<sup>33</sup>.

Menurut dua konsep pengertiannya, J. Satrio membagi etika moral menjadi dua kategori:

1. Iktikad baik Subjektif (*subjectief goeder trow*)

---

<sup>33</sup> Salim H.S, *Hukum Kontrak (Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak)*, (Jakarta:Sinar Grafika, 2003), 10-11

Iktikad baik subjektif berkaitan dengan pikiran manusia, yang mengacu pada sikap batin mereka, apakah mereka menyadari bahwa keinginan mereka bertentangan dengan itikad baik.

2. Iktikad baik objektif (*objectief goeder trow*)

Iktikad baik objektif yaitu ketika umumnya ditemukan bahwa tindakan tertentu sangat bertentangan dengan iktikad baik. Pendapat ini sejalan dengan prinsip yang ditekankan dalam pasal 1338 KUHPerdara, ayat (3), yang menekankan betapa pentingnya iktikad yang baik saat membuat dan menjalankan perjanjian. Ismijati berpendapat bahwa Bonafides, seorang pakar hukum Romawi, adalah sumber prinsip iktikad baik. Iktikad baik setara dengan kejujuran dalam konteks subjektif, dan kepatutan dalam konteks objektif<sup>34</sup>.

**5. Fatwa MUI Nomor:1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)**

Fatwa yang merupakan pendapat ahli hukum mengenai status hukum suatu permasalahan yang baru ditemukan di masyarakat, mempunyai arti yang sangat penting dalam hukum Islam. Sebagai sebuah organisasi non-pemerintah yang diakui di Indonesia, Majelis Ulama Indonesia secara teratur mengeluarkan fatwa. Meskipun fatwa MUI tidak memiliki kewenangan hukum yang sama dengan hukum positif di Indonesia, namun umat Islam di Indonesia sering menjadikan fatwa tersebut sebagai

---

<sup>34</sup> Mukti Fajar ND, Yati Nurhayati dan Ifrani, '*Iktikad Tidak Baik dalam Pendaftaran dan Model Penegakan Hukum Merek di Indonesia*', (Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM, No. 2, (2018), 226. <https://media.neliti.com/media/publications/267368-none-0bf587b7.pdf>

rekomendasi cadangan ketika mengambil keputusan. Fatwa MUI Nomor: 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 yang mengatur tentang perlindungan hak kekayaan intelektual (HAKI) adalah salah satu contohnya, yaitu<sup>35</sup>:

1. Pertimbangan Majelis Ulama Indonesia

Berikut adalah pertimbangan Majelis Ulama Indonesia:

- a. Bahwa dewasa ini pelanggaran terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) telah sampai pada tingkat sangat meresahkan, merugikan dan membahayakan banyak pihak, terutama pemegang hak, negara dan masyarakat
- b. Bahwa terhadap pelanggaran tersebut, Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) telah mengajukan permohonan fatwa kepada MUI
- c. Bahwa oleh karena itu, MUI memandang perlu menetapkan fatwa tentang status hukum Islam mengenai HKI, untuk dijadikan pedoman bagi umat Islam dan pihak-pihak yang memerlukannya.

2. Penelaah yang dilakukan MUI

Adapun hal yang ditelaah atau yang menjadi referensi dan bahan ingatan MUI untuk menetapkan fatwa yaitu:

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

Q.S Al-Nisa:29, yang berbunyi:

---

<sup>35</sup> Fatwa MUI Nomor:1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

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

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 diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang Kepadamu.”

Q.S Al-Baqarah, 188, yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدُلُّوا بِهَا إِلَى الْحَكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا  
مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa padahal kamu mengetahui”.

Q.S Asy-Syu'ara 183, yang berbunyi:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya : “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.

Q.S Al-Baqarah 279, yang berbunyi:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya :”kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”

- b. Hadis-hadis Nabi berkenaan dengan harta kekayaan. Antara lain:

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

“sesungguhnya darah (jiwa) dan hartamu adalah haram (mulia, dilindungi)’. (H.R. Al-Tirmizi)

Rasulullah SAW menyampaikan khutbah kepada kami, sabdanya “ketahuilah:tidak halal bagi seseorang sedikitpun dari harta saudaranya kecuali dengan kerelaan hatinya”. (H.R. Ahmad)

- c. Hadis –hadis tentang larang berbuat zalim, antara lain:

“Hai para hambaku!Sungguh aku telah haramkan kezaliman atas diriku dan aku jadikan kezaliman itu sebagai hal yang diharamkan di antaramu, maka janganlah kamu saling menzalimi...”(H.R.Muslim)

“Muslim adalah saudara muslim (yang lain), ia tidak boleh menzalimi dan menghinanya” (H.R.Bukhari)

- d. Hadis Nabi riwayat Ibnu Majah dari ‘Ubadah bin Shamit, riwayat Ahmad dari Ibnu ‘Abbas, dan Malik dari Yahya, yang brbunyi:

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

e. Qawa'id fiqh:

“Bahaya (kerugian) harus dihilangkan”

“menghindarkan mafsadat didahulukan atas mendatangkan maslahat”

“segala sesuatu yang lahir (timbul) dari sesuatu yang haram adalah haram”

“Tidak boleh melakukan perbuatan hukum atas (menggunakan) hak milik orang lain tanpa seizinnya”

3. Hal yang menjadi perhatian Majelis Ulama Indonesia

a. Keputusan Majma' al Fiqh al Islami nomor 43 (5/5) Mu'tamar V tahun 1409 H/1988 M tentang al-Huquq al-Ma'nawiyah:

1. Nama Dagang, alamat dan mereknya, serta hasil ciptaan (karang mengarang) dan hasil kreasi adalah hak-hak khusus yang dimiliki oleh pemiliknya, yang dalam abad modern hak-hak seperti itu mempunyai nilai ekonomis yang diakui orang sebagai kekayaan. Oleh karena itu, hak-hak seperti itu tidak boleh dilanggar.
2. Pemilik hak hak non-material seperti nama dagang, alamat dan mereknya, dan hak cipta mempunyai kewenangan terhadap haknya itu, dan bisa ditransaksikan dengan sejumlah uang dengan syarat terhindar dari berbagai ketidakpastian dan tipuan, seperti halnya dengan kewenangan seseorang terhadap hak-hak yang bersifat material.
3. Hak cipta, karang-mengarang dan hak cipta lainnya dilindungi oleh syara'. Pemiliknya mempunyai kewenangan terhadapnya dan tidak boleh dilanggar.

- b. Pendapat ulama tentang HKI, antara lain:
1. Mayoritas ulama dari kalangan mazhab Maliki, syafi'i dan Hanbali berpendapat bahwa hak cipta atas ciptaan yang orsinal dan manfaat tergolong harta berharga sebagaimana benda jika boleh dimanfaatkan secara syara' (hukum islma).
  2. Berdasarkan hal (bahwa hak kepengarangan adalah hak yang dilindungi oleh syara' (hukum islam) atas dasar qaidah istishlah) tersebut, mencetak ulang atau mencopy buku (tanpa izin yang sah) dipandang sebagai pelanggaran atau kejahatan terhadap hak pengarang, dalam arti bahwa perbuatan tersebut adalah kemaksiatan yang menimbulkan dosa dalam pandangan Syara' dan merupakan pencurian yang mengharuskan ganti rugi terhadap hak pengarang atas naskah yang dicetak secara melanggar dan zalim, serta menimbulkan kerugian moril yang menyimpannya.
  3. Penjelasan dari MIAP yang diwakili oleh saudara ibrahim senen dalam rapat Komisi Fatwa pada tanggal 26 mei 2005
  4. Berbagai peraturan perundang-undangan Republik Indonesia tentang HKI beserta seluruh peraturan-peraturan pelaksanaannya dan perubahan-perubahannya, termasuk namun tidak terbatas pada:
    - a. Undang-undang nomor 29 tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman
    - b. Undang- Undang nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang
    - c. Undang- Undang nomor 31 tahun 2000 tentang Desain Industri

- d. Undang- Undang nomor 32 tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
  - e. Undang- Undang nomor 14 tahun 2001 tentang Paten
  - f. Undang- Undang nomor 15 tahun 2001 tentang Merek
  - g. Undang- Undang nomor 19 tahun 2002 tentang Hak Cipta
5. Pendapat Sidang Komisi C Bidang Fatwa pada Munas VII MUI 2005
  4. Ketentuan Fatwa tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Pertama: Ketentuan Umum

Dalam fatwa ini, yang dimaksud dengan kekayaan Intelektual adalah kekayaan yang timbul dari hasil olah pikir otak yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia dan diakui oleh Negara berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Oleh karenanya, HKI adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual dari yang bersangkutan sehingga memberikan hak privat baginya untuk mendaftarkan, dan memperoleh perlindungan atas karya intelektualnya. Sehingga bentuk penghargaan atas karya kreativitas intelektualnya tersebut Negara memberikan Hak Eksklusif kepada pendaftarnya dan/atau pemiliknya sebagai Pemegang Hak yang sah dimana pemegang Hak mempunyai Hak untuk melarang orang lain yang tanpa persetujuannya atau tanpa hak, memperdagangkan atau memakai hak tersebut dalam segala bentuk dan cara. Tujuan

pengakuan hak ini oleh Negara adalah agar setiap orang terpacu untuk menghasilkan kreativitas-kreativitasnya guna kepentingan masyarakat secara luas. Hak Kekayaan Intelektual meliputi:

- a. Hak perlindungan Varietas Tanaman, yaitu hak khusus yang diberikan Negara kepada pemulia dan /atau pemegang Hak Perlindungan Varietas Tanaman untuk menggunakan sendiri varietas hasil permuliaannya, untuk memberi persetujuan kepada orang atau badan hukum lain untuk menggunakannya selama waktu tertentu.
- b. Hak Rahasia Dagang, yaitu Hak atas Informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha dan dijaga kerahasiaanya oleh pemilik Rahasia Dagang. Pemilik Rahasia Dagang berhak menggunakan sendiri Rahasia Dagang yang dimilikinya dan /atau memberikannya lisensi kepada atau melarang pihak lain untuk menggunakan Rahasia Dagang atau mengungkapkan Rahasia Dagang itu kepada pihak ketiga untuk kepentingan yang bersifat komersil.
- c. Hak Desain industri, yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh Negara Republik Indonesia kepada pendesain atas kreasinya selama waktu tertentu melaksanakan sendiri atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakan hak tersebut.
- d. Hak Desain Tata Letak Terpadu, yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh Negara Republik Indonesia kepada pendesain atas kreasinya selama

waktu tertentu melaksanakan sendiri atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakan hak tersebut.

- e. Paten, yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh Negara Republik Indonesia kepada penemu atas hasil invensinya di bidang teknologi selama waktu tertentu melaksanakan sendiri atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakan hak tersebut.
- f. Hak tas merek, yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh Negara Republik Indonesia kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Datar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain yang menggunakannya
- g. Hak cipta, yaitu hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaanya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### Kedua: Ketentuan Hukum

- a. Dalam hukum islam, HKI dipandang sebagai salah satu *huquq maliyyah* (hak kekayaan) yang mendapat perlindungan hukum (*mashun*) sebagaimana *mal* (kekayaan)
- b. HKI yang mendapat perlindungan hukum islam sebagaimana dimaksud angka 1 tersebut adalah HKI yang tidak bertentangan dengan hukum islam.

- c. HKI dapat dijadikan objek akad (*al-ma'qud 'alaih*), baik akad *mu'awadhah* (pertukaran komersial), maupun akad *tabarru'at* (nonkomersial), serta dapat diwaqafkan dan diwariskan
- d. Setiap bentuk pelanggaran terhadap HKI, termasuk namun tidak terbatas pada menggunakan, mengungkapkan, membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan, memperbanyak, menjiplak, memalsu, membajak HKI milik orang lain secara tanpa hak merupakan kezaliman dan hukumnya adalah haram

## **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Kategorisasi Nama Milik Umum Sebagai Penghalang Pendaftaran Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week Sebagai Merek)**

Di era perdagangan internasional, merek menjadi semakin penting dalam menjaga persaingan ekonomi yang adil, sejalan dengan konvensi internasional yang disetujui oleh Indonesia. Salah satu undang-undang yang membantu masyarakat adalah undang-undang merek. Akibatnya, merek sangat penting terutama dalam perdagangan. Merek memungkinkan masyarakat untuk memilih barang yang memiliki merek ketika mereka membuat keputusan untuk membeli sesuatu<sup>36</sup>.

Perlindungan Hak Atas Merek di Indonesia saat ini diatur oleh Undang-Undang nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Bahwa pada pasal 1 angka 1 memuat pengertian merek itu sendiri yang menyatakan:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, angka, huruf, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, ataupun kombinasi

---

<sup>36</sup> Nanda Dwi Rizkia & Hardi Fardiansyah, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung), 2022, 58-59

dari 2 (dua) ataupun lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”<sup>37</sup>.

Merek adalah monopoli yang sah secara hukum (*legalized monopoly*). Namun, merek sering menyalahgunakan tanda yang seharusnya tidak dimonopoli, seperti tanda yang terkait dengan milik umum. Tanda-tanda ini biasanya berupa kata-kata atau tanda yang sudah dikenal oleh masyarakat umum dan telah menjadi milik umum. Seharusnya, tanda-tanda tersebut tidak boleh dimonopoli oleh individu<sup>38</sup>.

Karena tanda adalah identitas produk dan membedakannya dari produk lain, tanda sangat penting. Tanda yang melekat pada produk membantu menjalin hubungan antara produsen dan pembeli. Bagi beberapa orang, tanda-tanda yang umum dan umum mungkin tidak cukup untuk menjadi tanda pribadi. Hal ini dilakukan untuk mencegah monopoli dan persaingan yang tidak adil. Prinsip persaingan yang sehat dan adil dapat rusak ketika sesuatu yang dulunya umum menjadi milik individu<sup>39</sup>.

Tanda-tanda berikut tidak dapat digunakan sebagai merek, yaitu sebagai berikut<sup>40</sup> :

---

<sup>37</sup> Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 angka 1

<sup>38</sup> Arthur Novy Tuwaidan, “Kriteria Tanda Public Domain Yang Digunakan Sebagai Merek”, *Lex Journal:Kajian& Keadilan*, No. 2, (2019) 3.

<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum/article/view/1409/696>

<sup>39</sup> Tassya Nurandea, “*Tinjauan Yuridis Atas Penggunaan Siger Lampung Sebagai Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*”, (Skripsi: Universitas Lampung, 2022), 3-4.

<http://digilib.unila.ac.id/65697/3/3.%20SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>

<sup>40</sup> Andrew Betlehn & Prisca Oktaviani Samosir, “Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia”, *Jurnal Law & Justice*, No. 1, (2018), 5.

<https://journals.ums.ac.id/index.php/laj/article/view/6080>

1. Merek yang tidak memiliki daya pembeda, contohnya garis yang kusut, rumit, atau hanya sepotong garis.
2. Merek yang melanggar norma etika dan ketertiban umum, seperti gambar porno atau gambar yang merendahkan atau menghina agama.
3. Merek yang berfungsi sebagai deskripsi produk, contohnya merek “kacang” untuk produk kacang
4. Merek yang telah menjadi milik umum, misalnya tanda lalu lintas
5. Kata-kata umum, misalnya kata rumah atau kota

Sangat penting untuk mengetahui apa arti *Public Domain* (nama umum) dan apa yang dilindungi oleh Hak Kekayaan Intelektual, terutama dalam hal hukum merek. Sebagaimana dinyatakan oleh Tyler T. Ochoa, dalam jurnal kriteria tanda public domain yang digunakan sebagai merek (2019: 3- 4), "*Public Domain* adalah sesuatu yang kita manfaatkan setiap hari tanpa kita sadari"<sup>41</sup>.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 20, belum cukup dijelaskan apa yang dimaksud dengan milik umum. Yurisprudensi Indonesia telah membahas masalah ini. Keputusan no. 958K/Pdt.Sus/2010 yang diterbitkan 9 Februari 2012 adalah salah satu contohnya. Putusan ini menyangkut kasasi antara Sis Continents Hotel, Inc., pemilik terdaftar merek Holiday Inn, yang

---

<sup>41</sup> Arthur Novy Tuwaidan, “*Kriteria Tanda Public Domain Yang Digunakan Sebagai Merek*”, Lex Journal:Kajian& Keadilan, No. 2, (2019) 3-4  
<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum/article/view/1409/696>

mengajukan pembatalan terhadap merek Holiday Resort Lombok, milik PT. Lombok Seaside Cottage.

Putusan di atas menunjukkan bahwa kata yang dapat dianggap sebagai milik umum (*public domain*) adalah kata-kata yang sangat populer di kalangan masyarakat, bahkan jika itu berasal dari bahasa asing dan digunakan secara luas dalam interaksi sehari-hari. Oleh karena itu, istilah ini tidak boleh digunakan sebagai merek atau objek pemilikan eksklusif.

Selain itu, jika kata yang dianggap sebagai milik umum ditambahkan dengan kata lain sehingga menghasilkan makna yang berbeda, kata tersebut dapat digunakan sebagai merek dan didaftarkan oleh pihak lain. Hal ini disebabkan fakta bahwa penambahan kata lain dapat mengubah makna kata umum atau kata yang digunakan di lingkungan publik.

Domain Publik karena tidak memenuhi persyaratan daya pembeda yang signifikan. Dalam perdagangan, Merek berfungsi sebagai tanda pembeda suatu barang atau jasa dengan barang atau jasa lainnya. Untuk dianggap sebagai merek, produk harus memenuhi syarat tertentu, termasuk memiliki komponen yang dapat membedakannya dari yang lain, antara lain<sup>42</sup>:

1. Tanda dengan daya pembeda

---

<sup>42</sup> Arthur Novy Tuwaidan, "Kriteria Tanda Public Domain Yang Digunakan Sebagai Merek", Lex Journal:Kajian & Keadilan, No. 2, (2019), 16-17

<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum/article/view/1409/696>

2. Tanda tersebut harus digunakan
3. Untuk perdagangan barang dan/atau jasa

Selain itu, tanda-tanda publik tidak akan pernah dapat diidentifikasi sebagai suatu merek atau memiliki ciri khas apa pun. Akibatnya, baik pendaftaran merek ini maupun perlindungan hukum merek dagangnya tidak akan pernah diberikan. Dengan kata lain, indikator yang mudah dikenali adalah indikator yang sering digunakan.

Oleh karena itu, tidak diizinkan untuk menggunakan tanda-tanda yang dimaksudkan untuk menghindari kesalahpahaman dan kesalahan. Merek apa pun dilarang meniru nama, singkatan nama, bendera, atau lambang negara atau organisasi internasional. Selain itu, dilarang menggunakan stempel atau stempel resmi tanpa izin dari negara, lembaga pemerintah, atau organisasi internasional. Hal ini tidak hanya salah menggambarkan tempat asal barang tetapi juga afiliasi pengguna merek dengan organisasi global<sup>43</sup>.

Pada dasarnya, sebuah merek harus didaftarkan. Nama umum dan lambang yang dimiliki secara umum merupakan salah satu komponen merek yang tidak dapat didaftarkan. Tidak boleh menggunakan sesuatu

---

<sup>43</sup> Leonard Umbu Saingu Ferdinandus, "Penggunaan Nama Daerah Sebagai Tanda Pembeda Dalam Suatu Produk", *Jurnal Ilmu Hukum Alethea*, No.1, (2018), 37  
<https://ejournal.uksw.edu/alethea/article/view/3547>

yang sudah dimiliki secara umum sebagai tanda; sebaliknya, tidak boleh menggunakan gambar, logo, atau lambang merek<sup>44</sup>.

Salah satu kasus yang merupakan *nama umum*, antara lain, Nama *Citayam Fashion Week* merupakan nama milik umum dan belum didaftarkan dan dikenal secara umum. Namun ada dua pihak yang ingin mendaftarkan nama tersebut sebagai merek yaitu perusahaan hiburan PT Tiger Wong Entertainment dan Aditya Nugroho. Pada 20 juli 2022, PT Tiger Wong Entertainment mendaftarkan *Citayam Fashion Week* dengan nomor pendaftaran JID-2022052181 untuk jasa hiburan yaitu bersifat peragaan busana, seperti podcast di bidang mode, layanan pelaporan berita di bidang fashion, mengorganisir peragaan busana untuk tujuan hiburan, mengadakan pameran, peragaan busana dan pameran kebudayaan untuk tujuan hiburan, dan menyediakan video mode yang dapat diunduh secara online<sup>45</sup>.

Aditya Nugroho mengajukan permohonan sehari sesudahnya pada tanggal 21 Juli 2022 dengan nomor pendaftaran JID-2022052496, dengan jenis jasa hiburan yang berbentuk kontes kesenian, kebudayaan dan pendidikan, peragaan busana, kompetisi, teater, festival, pameran, eksposisi, dan acara olahraga

---

<sup>44</sup> Tassy Nurandea, "Tinjauan Yuridis Atas Penggunaan Siger Lampung Sebagai Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis", (Skripsi: Universitas Lampung, 2022), 3.

<http://digilib.unila.ac.id/65697/3/3.%20SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>

<sup>45</sup> Muhammad Agil Aliansyah, "Berebut Merek Citayam Fashion Week", Merdeka.com, 26 Juli 2022, diakses 1 Februari 2023. <https://www.merdeka.com/peristiwa/berebut-merek-citayam-fashion-week.html>

“*Citayam Fashion Week*” adalah tren street fashion yang dilakukan di kawasan Sudirman oleh anak muda Citayam, Bogor, dan Depok. Banyak anak muda Citayam, Depok yang sedang nongkrong di Sudirman, Jakarta Pusat, mengawali pameran street fashion yang kini dikenal dengan nama *Citayam Fashion Week*. Oleh karena itu, nama “Citayam Fashion Week” diberikan pada acara ini<sup>46</sup>.

Konsep “*Citayam Fashion Week*” muncul sebagai salah satu cara remaja mengekspresikan kreativitasnya melalui busana yang stylish sekaligus menghabiskan waktu. Anak-anak muda ini mengikuti acara “*Citayam Fashion Week*” dengan berpakaian sesuka hati. Acara ini didukung sejumlah pejabat, antara lain Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan dan Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil. Selain itu, pasangan Baim Wong, Paula Verhoeven, menjadi salah satu model profesional yang hadir di “*Citayam Fashion Week*”. Menyusul penampilan istrinya di acara tersebut, Baim Wong berupaya mengajukan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) untuk brand ‘*Citayam Fashion Week*’ ke Kementerian Hukum dan HAM melalui perusahaannya Tiger Wong Entertainment<sup>47</sup>.

Pendaftaran nama umum “*Citayam Fashion Week*” sebagai merek dapat menimbulkan suatu konsekuensi hukum karena merupakan pendaftaran nama umum yang dijadikan sebagai suatu merek. Nama

---

<sup>46</sup> Idntimes.com, “Asal Usul Citayam Fashion Week, Jadi Ajang Pamer Fashion di SCBD”, Idntimes.com, 27 juli 2022, diakses 18 September 2023.

<https://www.idntimes.com/life/education/seo-intern/asal-usul-citayam-fashion-week>

<sup>47</sup> Adi Wikanto, “Citayam Fashion Week Jadi Rebutan Baim Wong dan Aditya Nugraha, Cek Asal Usul dan Lokasi, kontan.co. id, 25 Juli 2022, diakses 18 September 2023.

<https://amp.kontan.co.id/news/citayam-fashion-week-jadi-rebutan-baim-wong-aditya-nugraha-cek-asal-usul-lokasi>

“*Citayam Fashion Week*” merupakan nama umum yang didaftarkan oleh perusahaan hiburan PT Tiger Wong Entertainment dan Aditya Nugroho sebagai merek yang berstatus yang terdaftar di Pangkalan Data Kekayaan Intelektual. Dengan mendaftarkan nama umum sebagai merek, pemilik merek memiliki hak monopoli terhadap nama umum tersebut.

Sebuah merek dapat diajukan untuk pendaftaran jika memenuhi syarat-syarat yang diatur dalam undang-undang tentang merek, terutama Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, di mana alasan absolut yang harus dipatuhi diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang tersebut menetapkan bahwa<sup>48</sup>:

Merek tidak dapat didaftarkan jika:

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

---

<sup>48</sup> Pasal 20 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

f. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum

Selain itu, Pasal 21 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Indikasi Geografis dan Merek menetapkan persyaratan substansial yang sering menjadi alasan penolakan pendaftaran merek<sup>49</sup>:

1) Permohonan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:

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

2) Permohonan ditolak jika Merek tersebut:

- a. Merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak
- b. Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang, atau

---

<sup>49</sup> Pasal 21 Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

- c. Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
- 3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan Permohonan Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai dengan huruf c diatur dengan Peraturan Menteri.

PT Tiger Wong Entertainment dan Aditya Nugroho mendaftarkan *Citayam Fashion Week* sebagai merek dengan tujuan untuk dimanfaatkan sebagai jasa hiburan seperti, podcast di bidang mode, layanan pelaporan berita di bidang fashion, mengorganisir peragaan busana untuk tujuan hiburan, mengadakan pameran, peragaan busana dan pameran kebudayaan dan menyediakan video mode yang dapat diunduh secara online.

Namun, perlu diperhatikan bahwa menurut definisi dari Tyler T. Ochoa, dalam jurnal kriteria tanda public domain yang digunakan sebagai merek (2019: 3- 4), "Public Domain adalah sesuatu yang kita manfaatkan setiap hari tanpa kita sadari"<sup>50</sup>. Dalam konteks ini, public domain merujuk pada nama nama umum yang digunakan secara luas oleh masyarakat tanpa memiliki hak eksklusif.

---

<sup>50</sup> Arthur Novy Tuwaidan, "Kriteria Tanda Public Domain Yang Digunakan Sebagai Merek", Lex Journal:Kajian& Keadilan, No. 2, (2019) 3-4  
<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum/article/view/1409/696>

Dari permasalahan kontroversi pro kontra pendaftaran merek *Citayam Fashion Week* yang akan didaftarkan oleh PT Tiger Wong Entertainment dan Aditya Nugroho merupakan salah satu bentuk itikad tidak baik yang bisa terjadi di masyarakat dan pastinya akan merugikan banyak pihak. Suatu merek harus memenuhi beberapa persyaratan dan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku sebelum dapat didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Indonesia.

Karena itu, penulis membuat kesimpulan bahwa, berdasarkan Pasal 20, huruf F, "Merek tidak dapat didaftarkan jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum", kontroversi pro kontra penggunaan nama umum "*Citayam Fashion Week*" sebagai merek tidak diizinkan dan harus ditolak saat proses pendaftaran merek. Karena, kreativitas intelektual tersebut adalah milik rakyat dan kenikmatan ekonomisnya oleh rakyat.

Jadi, ke depannya, pemerintah harus memperketat proses pendaftaran merek perusahaan atau individu. Untuk menjamin keamanan bisnis dan masyarakat, pengawasan harus diperketat. Tujuan pengetatan pendaftaran merek ini adalah untuk mencegah penjiplakan dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, tujuan lain yaitu untuk meningkatkan kesadaran perusahaan dan masyarakat tentang pentingnya menjaga ide inovatif dan merek produk mereka<sup>51</sup>.

---

<sup>51</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, Edisi Revisi, (Malang:Uin -Maliki Press, 2013), 373

**B. Analisis Nama Umum Terhadap Kontroversi Pro Kontra Pendaftaran Citayam Fashion Week Sebagai Merek Prespektif Fatwa MUI No:1/MUNAS VII/MUI/5/ 2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)**

Tidak diragukan lagi bahwa Al-Qur'an dan Sunnah tidak memberikan aturan yang eksplisit atau kontekstual mengenai Hak Kekayaan Intelektual. Namun, dari sekian banyaknya ayat Al-Qur'an dan Sunnah, para ulama telah berupaya untuk membangun prinsip-prinsip ekonomi Islam, yang membantu kita memahami konsep Hak Kekayaan Intelektual, yaitu<sup>52</sup>:

- a. Manusia diberi tanggung jawab atas amanah Allah untuk menumbuhkan kehidupan di Bumi. Mereka ditunjuk sebagai khalifah atau wakil-Nya, dan mereka harus mengikuti perintah-Nya.
- b. Allah adalah pemilik mutlak semua yang Dia ciptakan, termasuk bumi, langit, dan isinya. Selain itu, manusia diberi tugas untuk melaksanakan tugasnya.
- c. Manusia perlu bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya
- d. Kerja yang benar adalah yang menghasilkan
- e. Dalam Islam, ada jenis pekerjaan yang dianggap halal dan haram.
- f. Hasil yang dihasilkan oleh manusia diakui sebagai miliknya.
- g. Hak milik digunakan untuk kepentingan masyarakat, sehingga berfungsi secara sosial.

---

<sup>52</sup> Nike Ardila, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dagang (Studi Komperatif Hukum Positif dan Hukum Islam)", (Skripsi, institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2018), 53-54.  
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/2733/>

- h. Dalam keadaan memenuhi kebutuhan, kerjasama kemanusiaan yang saling membantu harus ditegakkan.
- i. Keadilan dalam kerjasama kemanusiaan harus dijaga.
- j. Untuk mencapai keadilan sosial, pemerintah mengatur ekonomi.

Keterlibatan pemerintah dalam masalah ekonomi dan pencapaian keadilan sosial mencakup pembuatan peraturan, contohnya hak cipta, paten, dan hak merek dagang. Peraturan ini penting karena fungsi pemerintah sebagai regulator dan pengawasan ekonomi negara. Jika mempertimbangkan hal ini dari sudut pandang perlindungan hak kekayaan intelektual dan memberikan penghormatan hukum kepada penemu dan seniman, hal ini mencakup: Q.S. Az-Zalzalah, 7-8

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ (٧) وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ (٨)<sup>53</sup>

Artinya: Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasannya). Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasannya)

Dalam situasi seperti ini, manusia harus menghindari perbuatan jahat dalam bentuk apa pun, terlepas dari ukurannya, bahkan jika itu tidak diketahui oleh orang lain. Juga, Tuhan akan mengetahui jika seseorang melanggar hak merek secara rahasia. Tidak ada yang dapat disembunyikan dari pandangan Tuhan, yang Maha Melihat dan Maha Teliti terhadap

---

<sup>53</sup> (Q.S. Az-Zalzalah, 7-8)

semua perbuatan makhluk-Nya. Oleh karena itu, penting bagi semua tindakan bisnis untuk tidak melanggar hak merek yang bukan milik mereka untuk menghindari siksaan di akhirat<sup>54</sup>.

Hak cipta, paten, dan hak merek dagang umumnya dilindungi dan dihargai oleh syariat islam karena dianggap sebagai aset yang dapat menghasilkan pendapatan bagi mereka yang memilikinya. Saat ini, hak-hak ini dianggap sebagai aset atau kekayaan, yang memberikan pemilik hak untuk mengendalikannya dengan cara apa pun yang mereka inginkan<sup>55</sup>.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia, sebagai pedoman hukum masyarakat islam di Indonesia menjelaskan yang dimaksud dengan Kekayaan Intelektual adalah kekayaan yang timbul dari hasil olah pikir otak yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia dan diakui oleh Negara berdasarkan peraturan Perundang-Undangan yang berlaku. Oleh karena itu, Hak Kekayaan Intelektual adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual dari yang bersangkutan sehingga memberikan hak privat baginya untuk mendaftarkan dan memperoleh perlindungan atas karya intelektualnya.

---

<sup>54</sup> Nike Ardila, “*Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dagang (Studi Komperatif Hukum Positif dan Hukum Islam)*”, (Skripsi, institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2018), 55  
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/2733/>

<sup>55</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, Edisi Revisi, (Malang:Uin -Maliki Press, 2013), 371.

Mereka yang memiliki hak hukum atau yang mendaftarkan diberikan hak eksklusif oleh negara. Pemilik hak dapat melarang siapa pun memperdagangkan atau menggunakan haknya untuk tujuan apa pun tanpa persetujuan atau izin hukum dari pemilik. Dengan mengakui hak ini, negara berharap dapat mendorong individu untuk memunculkan ide-ide inovatif yang memajukan masyarakat secara keseluruhan.

Pada ketentuan hukum Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang Hak Kekayaan Intelektual, mempersamakan hak kekayaan intelektual sebagai salah satu *huquq maliyyah* (hak kekayaan) yang mendapat perlindungan hukum (*ma'sun*), sebagaimana *mal* (kekayaan). Akibatnya, jelas bahwa hak kekayaan intelektual dapat dipersamakan dengan harta. Meskipun demikian, perlu diingat bahwa fatwa ini memiliki pengecualian yaitu Hak Kekayaan Intelektual yang dilindungi oleh hukum Islam hanya dapat dilakukan jika hal itu sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam<sup>56</sup>.

Hak Kekayaan Intelektual dapat dianggap sebagai objek perjanjian (*al-ma'qud 'alaih*), baik dalam perjanjian komersial (*mu'awadhah*) maupun non-komersial (*tabarru'at*). Selain itu, sesuai dengan peraturan yang berlaku, HKI dapat diwariskan atau diwakafkan. Namun, penting untuk diingat bahwa tidak ada orang lain selain pemilik hak yang sah yang diizinkan oleh syariat Islam untuk melakukan semua ini.

Tindakan semacam itu dianggap sebagai perbuatan haram bagi mereka yang tidak memiliki hak. Oleh sebab itu, setiap bentuk

---

<sup>56</sup> Fatwa MUI No:1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

pelanggaran terhadap HKI, seperti menggunakan, mengungkapkan, membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan mengumumkan, memperbanyak, menjiplak, memalsu, membajak HKI milik orang lain secara tanpa hak merupakan kezaliman dan hukumnya adalah haram<sup>57</sup>.

Seperti dalam firman Allah SWT tentang larangan merugikan harta maupun hak orang lain<sup>58</sup> :

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

“Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi”

Penulis menyimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek sangat penting untuk mencapai perekonomian yang sehat dan adil, terutama untuk menjaga persaingan usaha yang sehat dan adil. Kesimpulan ini didasarkan pada beberapa penjelasan tentang perlindungan hak kekayaan intelektual dalam Fatwa MUI No:1/MUNAS VII/MUI/15/2005.

Menurut hukum Islam, merek adalah harta pribadi perorangan. Akibatnya, meniru merek orang lain tanpa izin pemilik merek sama dengan mengambil harta orang lain, yang dilarang oleh hukum Islam. Dengan mempertimbangkan larangan tegas MUI terhadap plagiarisme dan pentingnya memiliki merek yang terdaftar, para pengusaha harus menyadari pentingnya mendaftarkan merek bisnis mereka. Memiliki merek yang terdaftar memungkinkan mereka untuk melindungi harta

---

<sup>57</sup> Muhammad Djakfar, *Ibid.*,371-372

<sup>58</sup> QS. Asy-syu'ara' ayat 183

mereka, karena merek dianggap sebagai bagian dari harta pribadi. Selain itu, pengusaha yang belum memiliki atau mendaftarkan mereknya tidak diizinkan untuk menggunakan merek orang lain, karena jika melanggarnya maka akan ada sanksi yang diterima<sup>59</sup>.

Meskipun Al-Qur'an tidak mengandung ayat yang secara eksplisit membahas Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), karena masalah ini baru dan tidak ada pada zaman Rasulullah, konsep perlindungan hak intelektual masih ada dalam hukum Islam. Dari perspektif hukum Islam, konsep hak tidak tetap dan dapat berubah-ubah. Salah satu ciri hukum Islam adalah dapat digunakan dengan tujuan yang jelas.

Kita bisa beralih ke sumber hukum masalah mursalah, atau kemaslahatan umum, karena tidak ada peraturan eksplisit yang menangani masalah terkait merek. Segala sesuatu yang mempunyai manfaat untuk mencegah kerugian dan sejalan dengan tujuan hukum Islam dianggap sebagai kemaslahatan umum. Hukuman harus diputuskan dan diberlakukan meskipun tidak ada bukti yang meyakinkan<sup>60</sup>.

Hasil pembahasan di atas memperjelas bahwa Fatwa MUI No:1/MUNAS VII/MUI/15/2005 menyatakan haram dan tidak adil jika menggunakan, mengungkapkan, membuat, mempergunakan, menjual,

---

<sup>59</sup> Nadia Ainun Safii, “Kesadaran Hukum Pendaftaran Merek Pengusaha Home Industry Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dan Hukum Islam (Studi asus Pada Home Industry di Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon)”, (2022), 12.  
<https://repository.syekh Nurjati.ac.id/9672/>

<sup>60</sup> Istin Himayah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Hak Merek (Studi Kasus Pelanggaran Atas Hak Merek Jenang Mubarak di PT.Mubarakfood Cipta Delicia Kudus)”, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2008), 96.  
[http://eprints.walisongo.ac.id/11854/1/2102100\\_skripsi%20lengkap.PDF](http://eprints.walisongo.ac.id/11854/1/2102100_skripsi%20lengkap.PDF)

mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mempublikasikan, mereproduksi, menjiplak, memalsukan, atau mengambil kekayaan intelektual orang lain tanpa persetujuan orang tersebut, di antara pelanggaran hak kekayaan intelektual lainnya. Pada prinsipnya dapat dikatakan bahwa jika menggunakan nama umum Citayam Fashion Week sebagai merek merupakan kezaliman dan dianggap haram karena nama umum tersebut tidak secara formal dimiliki oleh satu orang, meskipun konteks fatwa ini bersifat khusus bagi pengguna perorangan.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan analisis penulis tentang masalah yang dibahas sebagai berikut:

1. Nama *Citayam Fashion Week* merupakan tren street fashion yang dilakukan oleh anak-anak remaja asal Citayam, Bogor, dan Depok di kawasan Sudirman. *Citayam Fashion Week* awalnya dimulai oleh anak-anak muda yang nongkrong di kawasan sudirman, jakarta pusat. Anak-anak muda tersebut banyak yang berasal dari Citayam, Depok, sehingga ajang pameran busana jalanan itu bernama “*Citayam Fashion Week*”. Oleh karena itu, sesuai dengan ketentuan Pasal 20 huruf F Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyebutkan “merek tidak dapat didaftarkan jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum”, jadi kontroversi pro kontra penggunaan nama umum “*Citayam Fashion Week*” yang dijadikan suatu merek tidak diperbolehkan dan tidak dapat didaftarkan sebagai merek karena nama “*Citayam Fashion Week*” merupakan nama umum, oleh karena itu kreativitas intelektual tersebut adalah milik rakyat dan kenikmatan ekonomisnya oleh rakyat.

2. Hak Kekayaan Intelektual yang dilindungi oleh hukum Islam adalah hak yang tidak bertentangan dengan hukum Islam. Menurut Fatwa MUI, kezaliman dan pelanggaran terhadap Hak Kekayaan Intelektual, seperti menggunakan, mengungkapkan, membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan, memperbanyak, menjiplak, memalsu, atau membajak Hak Kekayaan Intelektual orang lain secara tidak sah, dianggap haram. Pada prinsipnya dapat dikatakan bahwa jika penggunaan nama umum Citayam Fashion Week sebagai merek merupakan kezaliman dan dianggap haram karena nama umum tersebut tidak secara formal dimiliki oleh satu orang, meskipun konteks fatwa ini bersifat khusus bagi pengguna perorangan.

## **B. Saran**

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur merek yang tidak dapat didaftarkan dalam kasus di mana merek tersebut merupakan nama umum. Tetapi, hingga saat ini, belum ada indikator yang jelas untuk menentukan kategori nama apa yang dapat dianggap sebagai nama umum. Oleh karena itu, untuk mencegah penggunaan nama umum sebagai merek, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual harus menetapkan standar yang jelas tentang pengidentifikasian nama umum.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ali, Zainuddin. Metode Penelitian Hukum. Cet 3. Jakarta:Sinar Grafika, 2011.
- Djakfar, Muhammad. Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah, Edisi Revisi. Malang:Uin - Maliki Press, 2013.
- Efendi, Jonaedi, Johnny Ibrahim. Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris. Cet 2. Depok: Prenadamedia Group, 2018.
- Hartanto, J. Andy. Aspek Hukum Peralihan Hak Milik Atas Satuan Rumah Susun. Surabaya: CV. Jakad Plublishing, 2018.
- H.S, Salim. Hukum Kontrak (Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak). Jakarta:Sinar Grafika, 2003.
- Irianto, Sulistyowati, Shidarta. Metode Penelitian Hukum:Konstelasi dan Refleksi. Jakarta:Yayasan Obor Indonesia, 2009.
- Isti'adah, Feida Noorlaila. Teori-Teori Belajar Dalam Pendidikan. Cet 1. Tasikmalaya : Edu Publisher, 2020.
- Jumroh, Kalimatul, Ade Kosasih. Pengembalian Aset Negara Dari Pelaku Tindak Pidana Korupsi (Studi Undang-Undang tentang Pemberantasan Korupsi dan United Nation Convention Against Corruption 2003). Cet 1. Bengkulu: CV. Zigie Utama, 2015.

Mayana, Rati Fauza. *Perlindungan Desain Industri Di Indonesia Dalam Era Perdagangan Bebas*. Jakarta:PT.Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004.

Nanda Dwi Rizkia, Hardi Fardiansyah. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022.

Penyalai, Fitriayu. *Domain Publik di Indonesia: Paduan Praktis Bagi Institusi Glam*. Jakarta: Goethe-Institut, 2020.

Salim, Erlies Septiana Nurbani. *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*. Cet.1. Jakarta:Rajawali Pers, 2013.

#### **Jurnal/Skripsi/Tesis**

Ardila, Nike. “Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dagang (Studi Komperatif Hukum Positif dan Hukum Islam)”, Skripsi, institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2018.

Andrew Betlehn & Prisca Oktaviani Samosir. “Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia”, *Jurnal Law & Justice*, No. 1, 2018.  
<https://journals.ums.ac.id/index.php/laj/article/view/6080>

Aziz, Agung Saifudin. “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Sertifikasi Indikasi Geografis Carica Wonosobo”, skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019.

- Bakadam, Shafa, Rr. Aline Gratika Nugrahani. “Terdaftar Kata Umum”  
AJAIB” Sebagai Merek Pada Daftar Umum Merek”, Reformasi  
Hukum Trisakti, No. 2, 2022. [https://e-  
journal.trisakti.ac.id/index.php/refor/article/view/13621/8063](https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/refor/article/view/13621/8063)
- Cindrakasih, RR Rosita. “Citayam Fashion Week Bentuk Artikulasi  
Globalisasi Kultural Dan Komunikasi Identitas Fashion Anak  
Muda”, Jurnal Public Relations-JPR, No. 2, 2022.  
<http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/1479>
- Ermin, Irsalina Julia. “Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Yang  
Menggunakan Nama Milik Umum (Analisis Terhadap Pendaftaran  
Merek Mendoan di Banyumas, Jawa Tengah)”, Skripsi, Universitas  
Hasanuddin Makassar, 2016.
- Fahrizal, Imam. “Perspektif Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Peraturan-  
Peraturan Terkait Hak Merek”, skripsi, Universitas Islam Syarif  
Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Ferdinandus, Leonard Umbu Saingu. “Penggunaan Nama Daerah Sebagai  
Tanda Pembeda Dalam Suatu Produk”, Jurnal Ilmu Hukum Alethea,  
No. 1, 2018. <https://ejournal.uksw.edu/alethea/article/view/3547>
- Herdiana, Dian. “Citayam Fashion Week: Fenomena Sosial, Peluang  
Ekonomi dan Respons Kebijakan Pemerintah”, Jurnal Mimbar  
Muamalah, No. 1, 2022.  
[https://www.researchgate.net/publication/362545107\\_Citayam Fas](https://www.researchgate.net/publication/362545107_Citayam_Fas)

[hion Week Fenomena Sosial Peluang Ekonomi dan Respons Kebijakan Pemerintah](#)

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

Ilvi Nabilah, Sudjana, dan Laina Rafianti. “Penggunaan Nama Desa Trusmi Pada Merek Dagang Terdaftar Dikaitkan Dengan Hak Ekonomi Berdasarkan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis”. Jurnal Hukum Kenotariatan dan Ke-PPAT-an, No. 1, 2018.  
<https://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/acta/article/view/186>

Sinaulan, JH. “Perlindungan Hukum Terhadap Warga Masyarakat”, Jurnal Ideas, No. 1, 2018.  
<https://www.jurnal.ideaspublishing.co.id/index.php/ideas/article/view/67>

Mukti Fajar ND, Yati Nurhayati dan Ifrani. “Iktikad Tidak Baik dalam Pendaftaran dan Model Penegakan Hukum Merek di Indonesia”, Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM, No. 2, 2018.  
<https://media.neliti.com/media/publications/267368-none-0bf587b7.pdf>

Nurandea, Tassya. “Tinjauan Yuridis Atas Penggunaan Siger Lampung Sebagai Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis”, Skripsi: Universitas Lampung, 2022.

Sitorus, Putra Partahi B. “Analisis Pendaftaran Merek Dagang “Mendoan” Sebagai Kearifan Lokal Daerah Banyumas Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis”, Skripsi, Universitas Sriwijaya Indralaya, 2017.

Safii, Nadia Ainun. “Kesadaran Hukum Pendaftaran Merek Pengusaha Home Indudtry Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dan Hukum Islam (Studi asus Pada Home Industry di Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon)”, 2022.

Tuwaitan, Arthur Novy. “Kriteria Tanda Public Domain Yang Digunakan Sebagai Merek”, Lex Journal:Kajian & Keadilan, N0. 2, 2019.

<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum/article/view/1409/6>

[96](#)

### **Media Online/Website**

Adi Wikanto. “Citayam Fashion Week Jadi Rebutan Baim Wong dan Aditya Nugraha, Cek Asal Usul dan Lokasi, kontan.co. id, 25 Juli 2022, diakses 18 September 2023.

<https://amp.kontan.co.id/news/citayam-fashion-week-jadi-rebutan-baim-wong-aditya-nugraha-cek-asal-usul-lokasi>

Hukum Online.com. “Bahasa Hukum: Fatwa dan Hukum Positif”. 27 Januari 2017, Diakses 25 Desember 2023.

<https://www.hukumonline.com/berita/a/bahasa-hukum--fatwa-dan-hukum-positif-lt588a80629c445/>

Indira Rezkisari. “Pengajuan Permohonan Merek Citayam Fashion Week, Sebuah Pro dan Kontra”, 25 Juli 2022, diakses 6 Maret 2023.

<https://news.republika.co.id/berita/rfklhn328/pengajuan-permohonan-merek-citayam-fashion-week-sebuah-pro-dan-kontra-part1>

Idntimes.com. “Asal Usul Citayam Fashion Week, Jadi Ajang Pamer Fashion di SCBD”, Idntimes.com, 27 juli 2022, diakses 18 September 2023.

<https://www.idntimes.com/life/education/seo-intern/asal-usul-citayam-fashion-week>

Muhammad Agil Aliansyah. “Berebut Merek Citayam Fashion Week”, Merdeka.com, 26 Juli 2022, diakses 1 Februari 2023.

<https://www.merdeka.com/peristiwa/berebut-merek-citayam-fashion-week.html>

Wikipedia.org. Universitas Bina Nusantara “Keuntungan Pendaftaran Merek”, “Wikipedia.org, Universitas Bina Nusantara, Agustus 2017, diakses 21 Desember 2022.

<https://business-law.binus.ac.id/konsultasi-hukum/keuntungan-pendaftaran-merek/>

## **Peraturan Perundang-Undangan**

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

**Fatwa DSN MUI**

Fatwa MUI No:1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak  
Kekayaan Intelektual (HKI).

**Al-Qur'an**

(Q.S. Az-Zalzalah, 7-8)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Feby Eka Cipta Milenia  
Tempat/Tgl lahir : 23 Februari 2000  
Alamat : Dsn. Podo Rt. 02, Rw.05- Desa Glagah-Kec.  
Glagah- Kab. Lamongan  
Email : [feby.eka81@gmail.com](mailto:feby.eka81@gmail.com)  
Telepon : 085816173792

### Riwayat Pendidikan

No.	Jenjang Pendidikan	Nama Instansi	Tahun
1	SD/MI	SD Negeri 2 Glagah	2005-2011
2	SMP/MTS	SMP Negeri 1 Glagah	2012-2014
3	SMA/MA	SMA Negeri 1 Karangbinangun	2015-2017
4	S1	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	2018-2023