

**ANALISIS KEPATUHAN PEDAGANG BARANG TIRUAN DI PASAR
KENDAL DALAM PERSPEKTIF
MAŞLAĤAH MURSALAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S.1) Dalam Ilmu
Hukum Ekonomi Syari'ah



Oleh :

ARIEF MAHMUDI

NIM. 1502036023

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2020



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi
An. Sdr. Arief Mahmudi

Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melalui proses penelitian dan pembimbingan serta perbaikan, bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Arief Mahmudi
NIM : 1502036023
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah
Judul : **“ANALISIS KEPATUHAN PEDAGANG BARANG
TIRUAN DI PASAR KENDAL DALAM
PERSPEKTIF MAŞLAĦAH MURSALAH”.**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 07 Desember 2020

Pembimbing I

Dr. Tholkhatul Khoir, M.Ag.
NIP. 19770120 200501 1005

Pembimbing II

Dr. H. Junaidi Abdillah, M.S.I.
NIP. 19790202 200912 1 001



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI (UIN) WALISONGO

FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

SURAT KETERANGAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-4500/Un.10.1/D.1/PP.00.9/XII/2020

Pimpinan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang menerangkan bahwa skripsi Saudara,

Nama : **Arief Mahmudi**
NIM : 1502036161
Program studi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)
Judul : Analisis Kepatuhan Pedagang Barang Tiruan Di Pasar Wonosari Patebon Kendal dalam Perspektif Masalah Mursalah
Pembimbing I : Dr. Tholkhatul Khoir, M.Ag.
Pembimbing II : Dr. H. Junaidi Abdillah M.Si

Telah dimunaqasahkan pada tanggal **29 Desember 2020** oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah dan Hukum yang terdiri dari :

Ketua/Penguji 1 : H. Moh. Arifin. M.Hum.
Sekretaris/Penguji 2 : Dr. Tholkhatul Khoir, M.Ag.
Anggota/Penguji 3 : M. Hakim Junaidi, M.Ag.
Anggota/Penguji 4 : Hj. Briliyan Erna Wati, M.Hum.

dan dinyatakan **LULUS** serta dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S.1) pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 29 Desember 2020
Ketua Program Studi,



An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik &
Kelembagaan

Dr. H. Ali Imron, SH., M.Ag.

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

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

(QS. At-Taubah : 119)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya hingga pada Dia lah segalanya bergantung. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW yang syafa'atnya selalu diharapkan. Dengan rasa _ahagia saya persembahkan skripsi ini kepada :

BAPAK (KALIB) dan IBU (SITI ROHIMAH).

“Terima kasih Karena selalu memberikan doa dan restu Bapak Ibu, saya dapat menyelesaikan tugas skripsi ini, semoga Bapak dan Ibu senantiasa diberikan kesehatan dan kebahagiaan.”

Kakak Perempuan SITI NURUL WAKHIDIYAH.

“Terima kasih karena selalu memberikan peringatan, dukungan, dan motivasi untuk menyelesaikan kuliah.”

Adik Laki-laki ISNAENI NUR A. dan NUR FITRI H.

“selalu semangat untuk kuliah dan sekolahnya.”

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali yang terdapat dalam referensi yang di jadikan bahan rujukan.

Semarang, 07 Desember 2020
Deklarator

Arief Mahmudi
NIM. 1502036023

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Konsonan

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan 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	Ea
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha (dengan titik di atas)
ء	Hamzah	–'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Ḍammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
يَ	<i>Fathah</i> dan Ya	Ai	A dan I
وَ	<i>Fathah</i> dan Wau	Au	A dan U

Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ...يَ	<i>Fathah</i> dan Alif atau Ya	ā	a dan garis di atas
يِ	<i>Kasrah</i> dan Ya	ī	i dan garis di atas
وِ	<i>Ḍammah</i> dan Wau	ū	u dan garis di atas

Ta marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau tasydīd yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydīd (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Jika huruf ع bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (اِ ع), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (ī).

Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (alif lam ma‘arifah) . Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Lafz Al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *Lafz Al-Jalālah*, ditransliterasi dengan huruā [t].

Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf

kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

ABSTRAK

Jual beli merupakan salah satu bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Begitu pentingnya jual beli masyarakat sering kali bertransaksi menggunakan berbagai macam cara untuk mendapatkan nilai tambah atau keuntungan. Di desa Wonosari patebon Kendal terdapat masyarakat yang bertransaksi jual beli dengan barang bermerek namun berkualitas rendah. Akan tetapi perlu adanya peninjauan tentang status hukum bertransaksi jual beli barang KW dan sikap hukum hukum pedagang terhadap jual beli barang KW.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian lapangan atau field research yang perolehan data penelitiannya langsung dari pemberi data. Adapun teknik pengumpulan datanya berupa wawancara, observasi maupun dokumentasi. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer yang di dapat dari wawancara terhadap pedagang di daerah pasar dan perangkat desa setempat serta data sekunder sebagai data penunjang penelitian ini berupa dokumentasi dan observasi.

Hasil penelitin menunjukkan bahwa: pertama, mayoritas pedagang mengetahui tentang status hukum berjualan barang KW apakah itu tentang sanksi maupun kerugian yang didapatkan oleh pemilik asli atau pemegang hak paten atas merek tersebut akan tetapi para pedagang tidak mengetahui tentang undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek . kedua, tentang analisis hukum islam menurut telaah imam al-ghazali mengemukakan bahwa pada prinsipnya masalah adalah mengambil manfaat dan menolak kemudaratan dalam rangka memelihara tujuan-tujuan syariat. Hal ini bertolak belakang dengan sikap para pedagang yang menjual barang bermerek akan tetapi harga dan kualitasnya jauh dari aslinya seperti implementasi undang undang nomor 20 tahun 2016 tentang perlindungan merek.

Kata Kunci: (Kepatuhan, Hak, Kebenaran)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah swt. yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi untuk memenuhi tugas akhir. Shalawat serta salam semoga terlimpahkan kepada Baginda Nabi, Nabi Muhammad SAW., semoga kita mendapatkan syafa'at di *yaumul akhir* nanti. Aamiin...

Transaksi jual beli merupakan fenomena yang sering dijumpai dalam hidup bernasyarakat, oleh karena itu dalam penelitian ini bertujuan mengetahui transaksi yang boleh dilakukan dalam masyarakat. sikap pedagang dalam menjual barangnya serta pembeli melindungi hak dan kepemilikan barang yang dibeli. Kurangnya sosialisasi dan pemahaman masyarakat terhadap hak dan kepemilikan barang menjadikan transaksi jual beli barang KW menjadi biasa dan dimaklumi. Setelah melalui proses yang panjang akhirnya skripsi yang berjudul "Analisis Kepatuhan Pedagang Barang Tiruan Di Pasar Wonosari Patebon Kendal Dalam Perspektif Masalah Mursalah" telah terselesaikan. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Mohamad Arja Imroni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Tholkhatul Khoir, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. H. Junaidi Abdillah, M.S.I. selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan terhadap penulis.
4. Bapak Dr. Tholkhatul Khoir, M.Ag. selaku wali dosen penulis.
5. Segenap Bapak/Ibu Dosen serta tenaga kependidikan di Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah membekali ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masih dibangku perkuliahan.
6. Segenap pedagang pasar desa wonosari yang memiliki lapak di daerah pasar

Kendal, terkhusus Bapak Supar, Bapak Karnadi, Bapak Suhedi, Ibu Rusmi, Ibu Ngatini dan Bapak Baidhowi yang telah memberikan izin serta berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan.

7. Semua pihak yang telah memberikan dorongan serta bantuan kepada penulis berupa support dan motivasinya. Terimakasih kepada seluruh Keluarga Besar Forum Studi Hukum Ekonomi Islam (forshei), khususnya kepada Mas An'im, Mas Ulin, Mas Nafis, Mas Arief, Mas Fauzi, mas naps, Lailatus, Mita, Nela, Dita, Pipit, Muna, wihdiasmara lia farhati, Aziz, Iqbal, Baihaqi. Dan lain sebagainya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga amal kebbaikannya dicatat sebagai amal baik oleh Allah SWT. Penulis ucapkan banyak terima kasih karena tanpa bantuan mereka penulis tidak dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini, pastinya masih jauh dari kata sempurna serta masih banyak kekurangan dan kelemahan dari segi materi, penyusunan maupun kekurangan kemampuan dari penulis. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Harapan dengan adanya penyusunan skripsi ini, semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 10 desember 2020

Penulis,

Arief mahmudi.
Nim. 1502036161

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
HALAMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Telaah Pustaka	9
F. Metode Penelitian	10
G. Sistematika Penulisan	14
BAB II TEORI KEPATUHAN DALAM JUAL BELI, TINJAUAN TINJAUAN MEREK PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM, JUAL BELI BARANG TIRUAN DAN AL- MASLAHAH MURSALAH	
A. Kepatuhan dalam Jual Beli	15
B. Tinjauan Umum Tentang Merek Hukum Positif dan Hukum Islam... 19	
C. Jual Beli Barang Tiruan	30
D. Tinjauan Umum Tentang Al- Mashlahah Mursalah	45
BAB III GAMBARAN UMUM KEPATUHAN PEDAGANG BARANG TIRUAN DI PASAR KENDAL	

A. Gambaran Umum Pasar Kendal.....	54
B. Perilaku Pedagang Pasar Kendal	57
BAB IV ANALISIS KEPATUHAN PEDAGANG DI PASAR KENDAL	
TERHADAP PENJUALAN BARANG TIRUAN	
A. Analisis Kepatuhan Pedagang di Pasar Kendal Terhadap Penjualan Barang Tiruan	69
B. Analisis Kepatuhan Pedagang Barang Tiruan di Pasar Kendal dalam Perspektif <i>Al-Maslahah Mursalah</i>	76
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	82
B. Saran-saran.....	82
C. Penutup	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I PENNAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia diciptakan Allah SWT, sebagai makhluk sosial yang mana manusia tidak bisa memenuhi kebutuhannya sendiri tanpa berinteraksi dengan manusia lain. Dalam kehidupan sehari-hari manusia pasti saling membutuhkan satu sama lainnya. Oleh sebab itu diwajibkan bagi mereka untuk saling tolong menolong antar sesama umat manusia, tidak jarang dalam memenuhi kebutuhan pribadi, seseorang adakalanya tidak mampu untuk memenuhinya sendiri, sehingga memerlukan orang lain, karena itulah dalam syariat Islam tidak pernah ada dalil yang membatasi model interaksi sesama manusia.¹ Ini adalah suatu hal yang amat jelas dan diketahui oleh setiap orang yang memahami syariat Islam walau hanya sedikit, salah satunya adalah jual beli. Sebagaimana firman Allah surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ
رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ (٢٧٥)

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”³

Jual beli merupakan suatu kegiatan yang sudah sejak lama dilaksanakan oleh manusia untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jual beli barang merupakan

¹ Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009), hlm. 13.

² Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV J-ART, 2005), Q.S Al Baqarah (2) : 275

³ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV J-ART, 2005), hlm. 48.

transaksi paling kuat dalam dunia perdagangan (bisnis) bahkan secara umum bagian terpenting dalam aktivitas usaha.⁴ Pada dasarnya jual beli dihalalkan dan dibenarkan oleh agama, jika memenuhi syarat-syarat yang diperlukan. Demikian hukum ini disepakati oleh para ulama 4 fiqh. Sejalan dengan itu dalam jual beli ada persyaratan yang harus dipenuhi, diantaranya menyangkut para pihak. Contohnya dalam hal bermuamalah, harus ada pedagang dan pembeli, produsen dan konsumen tidak bisa dalam bermuamalah hanya ada produsen, lantas siapa yang mau membeli dari si produsen.

Dengan semakin berkembangnya kegiatan ekonomi di dalam kehidupan masyarakat, seperti kegiatan perdagangan maka dari itu terdapat banyak tipe-tipe pedagang. Dari pedagang yang berjualan produk-produk original hingga produk-produk tiruan. Di Pasar Kendal berdasarkan *pra-research* yang dilakukan oleh peneliti, banyak pedagang yang melakukan praktik perdagangan produk tiruan contohnya seperti sepatu vans, pedagang menjual dengan harga 80 ribuan, sedangkan harga pasarannya sepatu seperti ini memiliki harga diatas 500 ribu lebih. Suburnya bisnis barang palsu tidak lepas dari kemampuan atau daya beli masyarakat Indonesia serta rendahnya kesadaran masyarakat atas hukum hak merek. Barang branded itu nilai tambahnya sangat besar, di samping persaingan dengan barang tiruan, brand-brand ternama juga harus menghadapi persaingan bisnis yang ketat dengan produk-produk lainnya. Contoh kasus yang pernah ditemui, yaitu:

PT Gagan Indonesia dinyatakan bangkrut atau pailit. Permohonan pailit Gagan Indonesia sebelumnya telah dikabulkan oleh Pengadilan Niaga Jakarta Pusat setelah gagal berdamai dengan para krediturnya dalam proses Penundaan Kewajiban Pembayaran utang (PKPU). Berdasarkan permohonan pailit yang diajukan RSH Holdings, Gagan Indonesia diketahui telah memiliki utang lebih dari satu kreditur. Selain sebagai distributor resmi sepatu Vans, Gagan Indonesia juga merupakan distributor brand Adidas, Bebe, Ted Baker, Quiksilver, Promod, dan Vans di Indonesia. Namun ironisnya, di tengah kabar penutupan sejumlah toko fisik

⁴ Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung, Sinar Baru Algesindo, 2004), hlm. 20.

Vans di Indonesia, penjualan sepatu asal Amerika Serikat itu saat ini masih marak di media sosial. Produk palsu atau ‘KW’ tersebut dibanderol dengan harga yang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan produk asli yang dijual di gerai Vans resmi.⁵

Kembali dalam masalah perdagangan lebih tepatnya di pusat perdagangan Pasar Kendal banyak pedagang yang hanya memikirkan keuntungan saja, dan banyak juga pedagang yang tidak patuh pada aturan yang ada seperti yang penulis temui di Pasar Kendal, yang dimana pedagang menjual barang-barang yang tidak sepatutnya dijual. Maksud yang tidak sepatutnya dijual adalah barang-barang yang ada nilai mereknya tersendiri dan pedagang mengacuhkan masalah hak merek. Bahkan ada perusahaan besar yang mewedahi peredaran barang bermerek tiruan.

Gucci dan beberapa merek lain menggugat Alibaba dengan tuduhan mewedahi penjualan barang-barang palsu. Bisnis barang KW memang bisnis yang merugikan produsen asli, namun menghidupkan ekonomi. Kenyataannya, barang palsu bertebaran hampir tiap tempat bertransaksi. Cina menjadi negara yang ekonominya diuntungkan.⁶

Secara kontekstual al-Qur’an dan Hadits tidak menjelaskan tentang konsep-konsep hak atas kekayaan intelektual, tetapi para ulama berupaya merumuskan prinsip-prinsip ekonomi Islam, sehingga dari prinsip-prinsip tersebut dapat diperoleh konsep tentang hak atas kekayaan intelektual sesuai dengan syariat Islam. Terkait dengan berbagai kasus merek yang terjadi perlu untuk diketahui apa pengertian dari merek itu sendiri. Pengertian dari merek secara yuridis tercantum dalam pasal 1 UU RI No 20 Tahun 2016. Bunyi pasal 1 UU RI No 20 Tahun 2016: “Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka- angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa”.⁷

Islam sebagai agama yang mengatur seluruh aktivitas manusia dalam hubungannya dengan manusia lain, memiliki beberapa aturan terkait hak cipta,

⁵ <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170608094040-92-220253/ketika-bisnis-barang-bermerk-tergerus-produk-jiplakan>, diakses pada 24 April 2020 pukul 14:43.

⁶ <https://tirto.id/barang-palsu-membuat-rugi-tapi-juga-menghidupi-89R>, diakses pada 24 April 2020 pukul 14:43.

⁷ Lembaran Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek.

sebagaimana yang terdapat dalam Fatwa MUI Nomor 01 Tahun 2003 tentang Hak Cipta, bahwa hak cipta dipandang sebagai salah satu *huquq maliyyah* (hak kekayaan) yang mendapat perlindungan hukum (*mashun*) sebagaimana *maal* (kekayaan). Dan setiap bentuk pelanggaran terhadap hak cipta, terutama pembajakan, merupakan kezaliman yang hukumnya adalah haram.⁸ Sampai disini terlihat adanya kesamaan persepsi antara Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dengan Fatwa Komisi Fatwa MUI Nomor 01 Tahun 2003.

Hak cipta sebagai harta memiliki konsekuensi yang sama dengan harta- harta yang lain dalam Islam. Kemudian dalam konteks komersialisasi, setidaknya ada beberapa aturan yang perlu diperhatikan dalam kaitanya syarat dan rukun dalam suatu akad komersialisasi. Pertama harta harus ada dan nyata ketika akad dilakukan, kedua harta harus *masyru'* (sesuai ketentuan syariah), ketiga dapat diberikan setelah akad, keempat harta harus diketahui oleh kedua belah pihak, kelima harta harus suci.⁹

Fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2005 Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dimana Al-Qur'an dan Hadits tidak eksplisit mengatur mengenai HKI ini maka dalam negara yang bermayoritas beragama muslim ini haruslah adanya pendapat dari ulama yang mengatur HKI ini supaya masyarakat mengetahui ketentuan-ketentuannya, dan di dalam tahun 2005 pertengahan bahwasannya MUI merujuk atas ijtihad beberapa ulama dan menetapkan HKI itu perlu adanya perlindungan dan memang tidak bolehnya jika di langgar. Sebagaimana MUI juga mengutip dari beberapa ulama mahzab yang sebagian besar sepakat bahwa pengarang dalam suatu karya itu bisa di sebut hak cipta, dan tergolong sebagai benda yang ada harganya. Dan sebagaimana pendapat ulama Wahbah Zuhaily juga membahas mengenai HKI bahwa setiap pencipta atau suatu karya itu menurutnya harus mempunyai perlindungan hukum, dan jika adanya pelanggaran maka hal tersebut bisa di namakan pencurian menurutnya.

Maka Fatwa MUI mengenai HKI itu haram jika suatu karya ditiru dengan tidak seizin pencipta karena termasuk perbuatan yang dzalim dan HKI juga bisa di

⁸ Fatwa Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 1 Tahun 2003.

⁹ Rahmad Syafiie, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 60.

wakafkan, tukar, atau di wariskan. Dengan adanya fatwa yang di berikan MUI bahwa sudah adanya kejelasan bahwa di hukum positif dan hukum Islam maka perlindungan HKI itu harus di junjung yang tinggi di dalam suatu masyarakat Islam. MUI merupakan bukan lembaga pemerintahan namun di Indonesia kedudukannya sangat diakui karena warga negara Indonesia itu sendiri yang mayoritas muslim maka dengan adanya Fatwa ini, masyarakat lebih lebih mengetahui atas larangan jika mengambil atas karya orang lain.

Di Indonesia produk tiruan sering dikenal dengan istilah KW. Barang KW adalah istilah yang biasa dipakai untuk barang tiruan, imitasi atau replika. KW berasal dari “kwalitas”, lawan katanya “ori” yang diambil dari kata “original”. Istilah “KW” sebenarnya merupakan istilah yang salah. Menurut KBBI, kata “kwalitas” seharusnya “kualitas”. Istilah ini jamak dipakai seiring menjamurnya barang tiruan dipasaran. Tiruan disini maksudnya adalah produk yang dibuat sama persis dengan produk aslinya atau sedikit menyerupai aslinya, yang bertujuan untuk mengelabui para konsumen yang tidak sadar bahwa sebenarnya barang tersebut hanyalah barang tiruan. Penelitian ini berobjek pada seluruh barang dagang di Pasar Wonosari Patebon Kendal yang lebih sering disebut dengan barang KW (kwalitet), dimana produk tersebut memiliki tingkatan mulai dari KW Super yang mendekati kemiripan dengan asli, lalu ada juga KW 1, KW 2 dan seterusnya dengan tingkatan semakin menurun.

Produk tiruan (KW) identik dengan harga yang lebih murah dibanding dengan versi originalnya. Merek dan bentuknya hampir sama tapi kualitasnya berbeda. Kondisi inilah yang menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk memuaskan keinginan konsumen, dengan menawarkan barang yang tidak asli atas suatu merek terkenal yang menempel pada produk tiruan (KW), dengan harga barang yang sangat terjangkau seringkali memang di sesuaikan dengan kondisi ekonomi konsumen.

Maraknya produk tiruan ini sudah menyebabkan kerugian ekonomi Nasional. Di samping itu, produk tiruan kerap menimbulkan masalah dari sisi etika dan hukum yang melanggar Hak Cipta. Walaupun produk tiruan kerap menimbulkan pertentangan, pada kenyataannya produk tiruan (KW) masih tetap menjadi pilihan

bagi berbagai konsumen dengan beberapa pertimbangan. Banyak orang yang mengetahui bahwa hukum jual beli barang tiruan dilarang secara hukum Islam dan hukum negara. Dan melanggar Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta yang berbunyi :

Bahwa Hak Cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹⁰

Apabila ditinjau dari hukum Islam bahwa faktor ekonomi dan adat kebiasaan masyarakat yang cenderung lebih memilih kuantitas dari pada kualitas. Pada praktek jual beli barang tiruan (KW) banyak di jumpai diberbagai toko, salah satunya di Pasar Kendal yang merupakan salah satu contoh tempat atau lokasi sentra perdagangan produk tiruan (KW) yang dibidang cukup banyak konsumen yang berkunjung dan membeli. Banyaknya kios-kios yang berjejer inilah yang menyebabkan jual beli barang tiruan (KW) berkembang. Selain itu, banyak berjejer kios-kios yang menjualkan banyak berbagai macam seperti tas, jaket, kaos, sandal, baju dan lain-lain. Kualitasnya pun cukup bagus, serta harga yang ditawarkannya pun cukup murah dan dapat menawar sampai sepakat antara penjual dan pembeli.

Sedangkan dalam jual beli barang tiruan (KW) pada prinsipnya harus didasarkan pada hukum Islam, maka tidak boleh ada unsur *gharar* pada objeknya. Sebagaimana ketika penulis melakukan *pra-research* pada saat pembeli memilih sepatu, mereka tidak mengetahui kualitas dan keadaan barang tersebut. Pembeli hanya mengetahui harga yang dijual terjangkau dan cukup banyak pilihan mulai dari model, ukuran dan warna. Namun ada beberapa pembeli yang memilih membeli produk tiruan (KW) disebabkan karena barang tidak kalah jauh dari kualitas produk yang original dan harga yang terjangkau karena pertimbangan kebutuhan.¹¹ Alasan yang lainnya adalah adanya kemungkinan bahwa pembeli tidak mengetahui ternyata barang yang dibelinya merupakan produk tiruan (KW).

¹⁰ Undang-Undang No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

¹¹ Hasil wawancara dengan Sumarsono pada tanggal 25 April 2020 pukul 08.00 WIB, selaku pemilik kios di Pasar Wonosari Patebon Kendal.

Semakin meningkatnya produk-produk tiruan (KW) yang muncul dipasaran, semakin bertambah pula jumlah konsumen yang membeli produk tiruan. Hal ini dikarenakan harga yang murah, inovasi produk yang semakin beraneka macam, mengikuti perkembangan zaman serta mampu memenuhi *trend* gaya hidup masyarakat sekarang. Berbagai produk seperti sepatu, tas, pakaian, perhiasan hingga aksesoris lainnya menjadi kebutuhan yang selalu ingin dipenuhi oleh sebagian masyarakat sekarang baik itu pria maupun wanita.

Jual beli barang tiruan (KW) rupanya menjadi kegemaran dari sebagian masyarakat karena harga barang tiruan ketika dikalkulasikan jauh lebih miring dibandingkan dengan harga jual barang original. Penjual menyediakan berbagai macam jenis sepatu mulai dari sepatu sekolah, sepatu futsal, sepatu bola, sepatu fantovel, dan lain-lain. Penjual membandrol harga jual sepatu original Rp. 300.000,- sampai dengan Rp. 350.000,- sedangkan harga jual sepatu tiruan (KW) di bandrol dengan harga Rp. 120.000 sampai dengan Rp. 95.000,- tetapi itu masih bisa ditawar sampai sepakat antara penjual dan pembeli.

Sebagaimana ketika penulis melakukan *pra-reseach* pada saat pembeli memilih sepatu, dari pihak penjual pun tidak memberikan informasi terlebih dahulu kepada pembeli tentang tipe dan jenis sepatu yang dijual sebelum adanya pertanyaan dari pihak pembeli. Seperti penjual menyembunyikan kualitas sepatu yang dijualnya tidak sama seperti kualitas sepatu yang original. Penjual hanya memberi harga kepada pembeli dan memberitahu mengenai ukuran, model serta mengatakan bahwa barang itu berkualitas bagus dan awet.¹² Sedangkan barang KW itu sendiri memiliki merek, ciri dan bahkan bentuk yang serupa dengan versi originalnya. Namun pada kenyataannya, kualitas barang berbeda dari aslinya. Reduksi kualitas bisa berasal dari banyak hal seperti bahan, kualitas pengerjaan, warna, keawetan, dan lain sebagainya. Maka konsumen yang membeli barang KW akan tertipu dan menyangka bahwa produk yang dibeli adalah asli padahal palsu. Dan dalam jual beli, penjual wajib memberitahukan cacat pada barang yang dijual kepada pembeli dan haram menutupinya.

¹² Hasil wawancara dengan Yeni pada tanggal 25 April 2020 pukul 08.30 WIB, selaku pemilik kios di Pasar Wonosari Patebon Kendal.

Berangkat dari penjelasan diatas, menurut penulis ada hal menarik untuk di teliti agar memperoleh kejelasan yang konkrit. Oleh karena itu penulis menyusun permasalahan ini dengan judul “**Analisis Kepatuhan Pedagang Barang Tiruan Di Pasar Kendal dalam Perspektif *Maṣlahah mursalah***”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kepatuhan pedagang di Pasar Kendal terhadap penjualan barang bermerek tiruan?
2. Bagaimanakah analisis kepatuhan pedagang barang tiruan di Pasar Kendal dalam perspektif *maṣlahah mursalah*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan penyebab terjadinya ketidakpatuhan pedagang di Pasar Kendal.
2. Untuk menjelaskan status hukum pedagang barang tiruan di Pasar Kendal prespektif *maṣlahah mursalah*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan masukan yang bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta pengalaman dalam melakukan penelitian dalam bidang hukum dan bisnis.
2. Sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam merumuskan kebijakan strategis yang terkait.
3. Sebagai bahan referensi sumbangan pikiran penulis untuk perkembangan dalam penelitian selanjutnya, khususnya mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

E. Telaah Pustaka

Sebelum penelitian ini dilakukan, penelitian dengan judul serupa belum penulis temukan, baik di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang maupun kampus-kampus lainnya. Diambil dari segi judul yang serupa hanya yang berbunyi (kepatuhan) tidak ada judul yang sama persis Maka penelitian yang ada bertemakan serupa telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Namun, beberapa penelitian terdahulu tersebut juga memiliki ketidaksamaan dalam penelitian ini. Penelitian tersebut diantaranya adalah:

Penelitian pertama yang ditulis oleh Agustina Dewi Nugraheni yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi (Studi empiris wajib pada wajib pajak di Kota Magelang)”.¹³ Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Empiris (Lapangan), dalam penelitian ini lebih menggali-menggali kesadaran masyarakat dalam melakukan kewajiban menaati regulasi pajak yang ada. Perbedaan dengan penelitian ini dimana lebih mengarah kepada kepatuhan pedagang dalam mngimplementasikan regulasi-regulasi tentang merek itu sendiri.

Penelitian kedua yang ditulis oleh Vebrina Sari yang berjudul “Tingkat kepatuhan wajib pajak badan usaha mikro kecil dan menengah pasca kebijakan fasilitas pengurangan kebijakan tarif PPH di KPP pratama Jakarta di kebayoran lama”.¹⁴ Jenis penelitian yang digunakan adalah Empiris (Lapangan), dalam penelitian ini lebih mengarah kepada kepatuhannya usaha mikro kecil dan menengah dalam ketaatannya dalam membayar pajak berbeda dengan penelitian ini dimana lebih mengarah kepada, seorang pedagang dalam melakukan perdagangan secara baik dalam ruang lingkup hukum positif maupun hukum Islam.

Penelitian ketiga yang ditulis oleh Muhammad Yusuf Habibi yang berjudul “Analisis tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang mempengaruhi tingkat

¹³ Agustina Dewi Nugraheni, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris Wajib Pada Wajib Pajak Di Kota Magelang)”, *Skripsi*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), tidak dipublikasikan.

¹⁴ Vebrina Sari, “Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Badan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pasca Kebijakan Fasilitas Pengurangan Kebijakan Tarif Pph Di Kpp Pratama Jakarta Di Kebayoran Lama”, *Skripsi*, (Depok: Universitas Indonesia, 2012), tidak dipublikasikan.

pendapatan pajak (studi kasus kantor pelayanan pajak Pratama Tulungagung)”¹⁵. Jenis penelitian yang digunakan adalah Empiris (Lapangan), dalam penelitian ini, menggali pendapatan pajak untuk mendeteksi kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak. Berbeda dengan penelitian ini yang dimana lebih mengarah kepada sejauh mana kepatuhan pedagang dalam mengimplementasikan regulasi-regulasi undang-undang merek.

Meski penelitian ini mempunyai kesamaan yaitu sama-sama jenis penelitian Empiris atau Lapangan, namun dari segi judul penelitian ini memiliki perbedaan yang cukup jauh.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian empiris, yaitu penelitian yang mencari data secara langsung ke lapangan. Di dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian berkenaan dengan kepatuhan pedagang di Pasar Wonosari Patebon Kendal kemudian dikaji dan ditelaah berdasarkan peraturan UU hak merek dan indikasi geografis. Dalam menjawab rumusan masalah yang terpapar di atas penulis juga mengkaitkan dengan *masalah mursalah*.

2. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian hukum empiris (*sociological jurisprudence*) yaitu penelitian yang menggunakan fenomena sosial dalam hal ini fenomena pedagang di Pasar Kendal dalam memahami perlindungan hak merek di Indonesia terutama di Pasar Wonosari Patebon Kendal. Pendekatan penelitiannya adalah pendekatan kualitatif, yaitu dengan menganalisis fenomena pemahaman para pedagang tentang perlindungan hak merek menurut undang-undang dan *masalah mursalah* dengan menggunakan teori kepatuhan hukum. Sampel penelitian adalah pedagang, terdiri dari penjual

¹⁵ Muhammad Yusuf Habibi, “Analisis Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pajak (Studi Kasus Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tulungagung)”, *Skripsi*, (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016), tidak dipublikasikan.

baju, sepatu, tas, baju dan lain-lain. Penelitian dimaksudkan untuk mengungkap gejala secara menyeluruh dan sesuai dengan konteksnya, melalui sumber langsung yaitu wawancara dengan para pedagang.¹⁶ Karena populasi pedagang di Pasar Wonosari Patebon Kendal terlalu banyak sehingga tidak memungkinkan dilakukan pengambilan data pada seluruh populasi, karena keterbatasan waktu dan biaya. Adanya asumsi bahwa seluruh populasi seragam sehingga bisa diwakili oleh sampel, disini penulis menggunakan 5 pedagang. Data yang diperoleh dari melalui wawancara di lapangan akan dianalisis dengan teori kepatuhan hukum.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukan. Berdasarkan judul skripsi, maka dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi di Pasar Kendal.

4. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang akan penulis gunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data primer

Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner.¹⁷ Data yang diperoleh dengan cara wawancara langsung dengan para pedagang sepatu, tas, baju, topi dan lain-lain. Lokasinya tepat di Pasar Kendal.

b. Data Sekunder

Sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data

¹⁶ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), hlm. 52.

¹⁷ Husein Umar, *Research Methods In Finance And Banking*, (Jakarta: PT Grafindo Pustaka Utama, 2002), hlm. 82.

dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya.¹⁸

5. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Metode ini merupakan pengumpulan-pengumpulan data dengan cara mengamati langsung terhadap objek tertentu di lapangan yang menjadi fokus penelitian dan mengetahui suasana perdagangan di Pasar Wonosari Patebon Kendal. Yang berhubungan dengan mendagangkan produk-produk yang dijual oleh pedagang.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat, dalam hal ini peneliti menggunakan bukti foto dari hasil wawancara dengan para pedagang. Dengan metode ini penulis mendapatkan data mengenai proses perdagangan di Pasar Wonosari Patebon Kendal.

c. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (*responden*), yang dimana pewawancara (*interviewer*) mewancarai para pedagang. Peneliti melakukan wawancara dengan para pedagang menggunakan metode *random sampling* atau acak. Tentunya tidak ada intervensi dari peneliti.

Wawancara langsung dalam pengumpulan fakta sosial sebagai bahan kajian hukum empiris, dilakukan dengan tanya jawab langsung kepada para pedagang di Pasar Wonosari Patebon Kendal.

6. Metode Analisis Data

¹⁸ Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 225.

Untuk mengelola keseluruhan data yang diperoleh, maka perlu adanya prosedur pengelolaan dan analisis data yang sesuai dengan pendekatan yang digunakan. Sesuai dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini, maka teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis deskriptif kualitatif atau *non statistic* atau *content analysis*.¹⁹ Adapun proses analisis data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

a. *Editing*

Menerangkan dan memilah hal-hal pokok dan memfokuskan hal-hal penting yang sesuai dengan rumusan masalah. Dalam teknik editing ini, peneliti akan mengecek kelengkapan serta keakuratan sebuah data yang diperoleh dari responden utama atau informan yang telah kami wawancarai untuk mendapatkan data-data yang lebih akurat.

b. *Verifikasi*

Verifikasi data adalah langkah dan kegiatan yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data dan informasi dari lapangan. Dalam hal ini, peneliti melakukan pengecekan kembali data yang sudah terkumpul terhadap kenyataan yang ada di lapangan guna memperoleh keabsahan data serta kemurnian data.

c. *Analyzing*

Analisa data adalah suatu proses untuk mengatur aturan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola kategori dan suatu uraian dasar. Sugiyono berpendapat bahwa analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi.

d. *Concluding*

Concluding adalah penarikan kesimpulan dari permasalahan-permasalahan yang ada, dan ini merupakan proses penelitian tahap akhir serta jawaban atas paparan data sebelumnya. Pada kesimpulan ini, peneliti mengerucutkan persoalan diatas dengan menguraikan data dalam bentuk

¹⁹ Comy Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif-Jenis, Karakter, dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010), hlm. 9.

kalimat yang teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih, dan efektif, sehingga dapat membantu dan mempermudah pembaca untuk memahami dan menginterpretasikan data.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi merupakan hal yang sangat penting untuk menyatakan garis-garis besar dari masing-masing BAB yang saling berkaitan dan berurutan. Dalam penulisan skripsi ini penulis akan membagi lima BAB, dimana titik fokus yang dipertimbangkan adalah relevansi dari masing-masing bab dengan tema yang diteliti serta tujuan yang memperoleh kemudahan pemahaman terhadap isi yang terkandung dalam skripsi ini, dan terhindar dari kesalahan ketika penyajian pembahasan masalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang mendukung penelitian penulis yaitu tinjauan umum tentang pedagang, tinjauan umum tentang kepatuhan pedagang, tinjauan umum tentang merek dan tinjauan umum tentang *maṣṭalah mursalah*.

BAB III : GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang deskripsi Pasar Wonosari Patebon Kendal.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang kepatuhan pedagang di Pasar Wonosari Patebon Kendal terhadap penjualan barang bermerek tiruan, dan analisis hukum Islam terhadap kepatuhan pedagang barang tiruan di Pasar Wonosari Patebon Kendal.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dari jawaban dan saran-saran penulis dalam penelitian ini penutup.

BAB II
TEORI KEPATUHAN HUKUM, MEREK PERSPEKTIF HUKUM
POSITIF DAN HUKUM ISLAM, JUAL BELI BARANG TIRUAN DAN AL-
MAŞLAHAH MURSALAH

A. Tinjauan Umum Kepatuhan Hukum

Kepatuhan berasal dari kata patuh, yang berarti tunduk, taat dan turut. Mematuhi berarti menunduk, menuruti dan mentaati. Kepatuhan berarti ketundukan, ketaatan keadaan seseorang tunduk menuruti sesuatu atau seseorang. Jadi, dapatlah dikatakan kepatuhan hukum adalah keadaan seseorang warga masyarakat yang tunduk patuh dalam satu aturan main (hukum) yang berlaku.

Kalau suatu undang-undang itu memenuhi syarat-syarat formal atau telah mempunyai kekuatan secara yuridis, namun belum tentu secara sosiologis dapat diterima oleh masyarakat, ini yang disebut kekuatan berlaku secara sosiologis. Masih ada kekuatan berlaku yang disebut *filosofische rechtsgetung*, yaitu apabila isi undang-undang tersebut mempunyai ketiga kekuatan berlaku sekaligus.²⁰

Kepatuhan merupakan sikap yang aktif yang didasarkan atas motivasi setelah ia memperoleh pengetahuan. Dari mengetahui sesuatu, manusia sadar, setelah menyadari ia akan tergerak untuk menentukan sikap atau bertindak. Oleh karena itu dasar kepatuhan itu adalah pendidikan, kebiasaan, kemanfaatan dan identifikasi kelompok. Jadi karena pendidikan, terbiasa, menyadari akan manfaatnya dan untuk identifikasi dirinya dalam kelompok manusia akan patuh. Jadi harus terlebih dahulu tahu bahwa hukum itu ada untuk melindungi dari kepentingan manusia, setelah tahu kita akan menyadari kegunaan isinya dan kemudian menentukan sikap untuk mematuhi.²¹

Kepatuhan hukum berkaitan dengan kesadaran hukum, hal yang membedakannya yaitu dalam kepatuhan hukum ada rasa takut akan sanksi. Kesadaran hukum tidak ada sanksi, merupakan perumusan dari kalangan hukum mengenai penilaian tersebut, yang telah dilakukan secara ilmiah, nilai nilai yang

²⁰ Ali Zainudin, *Sosiologi Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 86.

²¹ Ali Zainudin, *Sosiologi Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 91.

terdapat dalam manusia tentang hukum yang ada atau tentang hukum yang diharapkan ada.

Penelitian menghadapkan rakyat yang didasarkan pada perspektif instrumental dan normatif.²² Perspektif instrumental mengatakan kepatuhan tergantung pada kemampuan hukum untuk membentuk perilaku patuh itu sendiri dan hal itu berhubungan dengan adanya insentif dan adanya hukuman. Maka meningkatkan berat sanksi dianggap cara yang efektif untuk menurunkan angka kejahatan. Perspektif normatif berhubungan dengan keyakinan rakyat akan adanya keadilan dan moral yang termuat dalam hukum, kendati hal itu bertentangan dengan kepentingannya sendiri. Maka apabila hukum dirasakan adil, rakyat akan sukarela mematuhi, kendatipun mengorbankan kepentingannya. Rakyat juga menjunjung suatu pemerintahan, apabila diyakini bahwa pemerintahan itu memiliki hak moral untuk mengatur rakyatnya.

Kesadaran hukum dengan hukum itu mempunyai kaitan yang erat sekali. Kesadaran hukum merupakan faktor dalam penemuan hukum. Bahkan Krabbe menyatakan bahwa sumber segala hukum adalah kesadaran hukum (Krabbe dalam Van Aveldoorn). Dengan demikian maka yang disebut hukum hanyalah yang memenuhi kesadaran hukum kebanyakan orang, maka undang-undang yang tidak sesuai dengan kesadaran hukum kebanyakan orang akan kehilangan kekuatan mengikat.²³

Kesadaran hukum mengandung sikap toleransi. Kesadaran hukum merupakan cara pandang masyarakat terhadap hukum itu, apa yang seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan terhadap hukum, serta penghormatan terhadap hak-hak orang lain (tenggang rasa). Ini berarti bahwa dalam kesadaran hukum mengandung sikap toleransi. Dalam kenyataannya ada beberapa hal secara include perlu ditekankan dalam pengertian kesadaran hukum.

Kesadaran tentang ‘apa itu hukum’ berarti kesadaran bahwa hukum itu merupakan perlindungan kepentingan manusia. Karena pada prinsipnya hukum

²² Satjipto Rahardjo, *Sosiologi Hukum Perkembangan Metode & Pilihan Masalah*, (Yogyakarta : Genta Publishing, 2010), hlm. 208.

²³ Firman Umar, “Analisis Tingkat Kepatuhan Hukum Bagi Pengemudi Angkutan Umum Antar Kota Di Makassar”, *Administrasi Publik*, 2 (Januari, 2016), hlm. 56.

merupakan kaedah yang fungsinya untuk melindungi kepentingan manusia. Pada hakekatnya kesadaran hukum masyarakat tidak lain merupakan pandangan-pandangan yang hidup dalam masyarakat tentang apa hukum itu. Pandangan-pandangan yang hidup di dalam masyarakat bukanlah semata-mata hanya merupakan produk pertimbangan-pertimbangan menurut akal saja, akan tetapi berkembang di bawah pengaruh beberapa faktor seperti agama, ekonomi politik dan sebagainya. Sebagai pandangan hidup didalam masyarakat maka tidak bersifat perorangan atau subjektif, akan tetapi merupakan resultante dari kesadaran hukum yang bersifat subjektif.

Konsep kesadaran hukum mengandung unsur nilai yang tentunya sudah dihayati oleh warga masyarakat semenjak kecil dan sudah melembaga serta mendarah daging. Proses pelebagaan ini akhirnya menjadi pedoman yang dipertahankan oleh masyarakat dan ditanamkan melalui proses sosialisasi. Selanjutnya apa yang dihayati dan dilembagakan itu diwujudkan dalam bentuk norma-norma yang menjadi patokan bagi warga masyarakat dalam bertingkah laku. Jadi sebenarnya tingkah laku warga masyarakat mengandung unsur nilai yang sudah lama dihayati, dan ini pulalah yang mempengaruhi bekerjanya hukum di dalam masyarakat.²⁴

Masalah kesadaran hukum timbul apabila nilai-nilai yang akan diwujudkan dalam peraturan hukum merupakan nilai-nilai yang baru. Hal ini sebagai konsekuensi logis dari meluasnya fungsi hukum (modern) yang tidak sekedar hanya merekam kembali pola-pola tingkah laku yang sudah ada didalam masyarakat. Ia justru menjadi sarana penyalur kebijaksanaan-kebijaksanaan pemerintah, sehingga terbuka kemungkinan akan muncul keadaan-keadaan baru untuk merubah sesuatu yang sudah ada.²⁵

Sekalipun ada unsur-unsur baru dalam peraturan hukum, namun beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota masyarakat yang dikatakan sebagai pemegang peran tetap saja berpola tingkah laku yang sesuai dengan kesadaran

²⁴ Esmi Warrasih, *Pranata Hukum sebagai Telaah Sosiologis*, (Semarang: Suryadaru Utama, 2005), hlm. 115.

²⁵ Satjipto Rahardjo, *Hukum dan Perubahan Sosial*, (Bandung: Alumni, 1979), hlm. 144.

hukumnya sendiri. Apa yang menjadi cita-cita pembuat undang-undang itu rupanya belum terwujud. Lain halnya jika peraturan hukum itu bersifat hanya memperkokoh nilai-nilai yang telah ada dan sudah diresapi oleh anggota masyarakatnya. Karakteristik peraturan hukum seperti itu jelas tidak akan menimbulkan masalah kesadaran hukum masyarakat, karena sesungguhnya aspek ini sudah sejak semula menyatu dengan peraturan-peraturan hukum itu sendiri.²⁶

Memahami hukum berarti memahami manusia, ini merupakan bukan semata-mata gambaran secara umum tentang hukum yang ada selama ini, pandangan yang mengarah kepada "*the man behind the gun*" membuktikan bahwa aktor dibelakang memegang peran yang lebih dominan dari sekedar persoalan struktur. Apabila Cicero mengatakan bahwa ada masyarakat ada hukum, maka yang sebenarnya dia bicarakan adalah hukum hidup ditengah-tengah masyarakat (manusia). Hukum dan manusia memiliki kedekatan yang khas dan tidak dapat dipisahkan, artinya tanpa manusia hukum tidak dapat disebut sebagai hukum. Dalam hukum manusia adalah sebagai aktor kreatif, manusia membangun hukum, menjadi taat hukum namun tidak terbelenggu oleh hukum.

Pada dasarnya penegakan hukum di Indonesia haruslah mencakup tiga aspek penting yang sangat mendasar, yaitu: kultur masyarakat tempat nilai-nilai hukum akan ditegakkan, struktur dari penegak hukumnya itu sendiri, dan substansi hukum yang akan ditegakkan.²⁷ Suatu kenyataan bahwa hukum hanya diperlukan untuk mereka yang stratanya rendah sedangkan strata tinggi seolah kebal hukum. Hingga saat ini banyak pelaku kejahatan kelas atas atau yang disebut kejahatan Kerah Putih (*White Colour Crime*) yang dihukum sangat ringan bahkan tidak sedikit yang divonis bebas, karena mereka memegang kekuasaan dan wewenang yang dapat mengintervensi para penegak hukum, hal ini berakibat bahwa mereka yang berstrata tinggi seolah kebal hukum dan sebaliknya hukum hanya dipergunakan untuk mereka yang berstrata rendah.

²⁶ Esmi Warrasih, *Pranata Hukum sebagai Telaah Sosiologis*, (Semarang: Suryadaru Utama, 2005), hlm. 118.

²⁷ Sabian Utsman, *Dasar-dasar Sosiologi Hukum Makna Dialog antara Hukum dan Masyarakat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 230.

Menurut Prof. Soerjono Soekanto, ada 4 indikator yang membentuk kepatuhan hukum yang secara berurutan (tahap demi tahap) yaitu:²⁸

1. Pengetahuan hukum; merupakan pengetahuan seseorang berkenaan dengan perilaku tertentu yang diatur oleh hukum tertulis, yakni tentang apa yang dilarang dan apa yang diperbolehkan;
2. Pemahaman hukum; sejumlah informasi yang dimiliki oleh seseorang mengenai isi dari aturan (tertulis), yakni mengenai isi, tujuan, dan manfaat dari peraturan tersebut;
3. Sikap hukum (*legal attitude*); merupakan suatu kecenderungan untuk menerima atau menolak hukum karena adanya penghargaan atau keinsyafan bahwa hukum tersebut bermanfaat bagi kehidupan manusia. Dalam hal ini sudah ada elemen apresiasi terhadap aturan hukum;
4. Pola perilaku hukum; tentang berlaku atau tidaknya suatu aturan hukum dalam masyarakat. Jika berlaku suatu aturan hukum, sejauh mana berlakunya itu dan sejauh mana masyarakat mematuhi.

Mengetahui adanya ketaatan terhadap regulasi, maka tidak dapat sekedar menggunakan ukuran ditaatinya suatu aturan hukum atau perundang-undangan sebagai bukti efektifnya aturan tersebut, tetapi paling tidaknya juga harus ada perbedaan kualitas efektivitasnya. Semakin banyak warga masyarakat yang menaati suatu aturan hukum atau perundang-undangan hanya dengan ketaatan yang bersifat '*compliance*' atau '*identification*' saja, berarti kualitas efektivitasnya masih rendah; sebaliknya semakin banyak yang ketaatannya '*internalization*', maka semakin tinggi kualitas efektivitas aturan hukum atau perundang-undangan itu.

Ketiga faktor yang menyebabkan warga masyarakat mematuhi hukum di atas oleh Soekanto dirumuskan kembali ke dalam tiga tahapan faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan hukum, yaitu:²⁹

1. Tahap Prakonvensional

²⁸ Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 10.

²⁹ Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 25.

Pada tahap ini manusia mematuhi hukum karena memusatkan perhatian pada akibat-akibat apabila hukum itu dilanggar. Proses yang terjadi pada tahap ini sebenarnya dapat dibagi dalam dua tahap lagi yakni tahap kekuatan fisik (seseorang mematuhi hukum agar ia terhindar dari penjatuhan hukuman atau sanksi negatif), dan tahap hedonistik (seseorang mematuhi hukum atau melanggar hukum untuk kepuasan dirinya sendiri).

2. Tahap Konvensional

Pada tahap ini tekanan diletakan pada pengakuan, bahwa hukum berisikan aturan permainan dalam pergaulan hidup, yang senantiasa harus ditegakkan. Tetapi dalam kenyataanya, bukan hal ini yang selalu terjadi karena dalam tahap ini dikenal perbedaan antara dua tahap, yakni tahap interpersonal atau antar pribadi seseorang mematuhi hukum untuk memelihara hubungan baik dengan pihak-pihak lain dan untuk menyenangkan pihak lain tadi. Dan tahap hukum dan ketertiban (hukum dipatuhi karena penegak hukum mempunyai kekuasaan dan kekuasaan tersebut diakui).³⁰

3. Tahap Purna Konvensional

Dalam tahap ini, manusia mematuhi hukum karena dia mendukung prinsip-prinsip moral, terlepas dari apakah hukum itu didukung suatu kekuasaan dan wewenang atau tidak. Tahap ini biasanya dijabarkan dalam tahap-tahap kontrak sosial (seseorang mematuhi hukum karena hukum dianggap sebagai patokan yang dapat mempertahankan stabilitas dan memberikan kemungkinan pada terjadinya perubahan sosial), dan tahap etika universal (ditandai dengan kepatuhan hukum yang terutama disebabkan ada anggapan yang sangat kuat bahwa hukum merupakan refleksi dari etika).

Secara teoritis, menurut Soerjono Soekanto terdapat golongan-golongan pemakai jalan yang mematuhi hukum, yaitu:³¹

1. Golongan kepatuhan hukum berdasarkan kekuatan fisik.

³⁰ Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 30.

³¹ Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 25.

Golongan ini mematuhi hukum agar terhindar dari penjatuhan hukuman atau sanksi negatif. Hukuman itu dianggapnya sebagai suatu siksaan badaniah belaka. Akibatnya proses penegakkan hukum harus senantiasa diawasi oleh petugas-petugas tertentu. Kepatuhan pada taraf ini merupakan taraf kepatuhan terendah, karena timbul dari kekuatan-kekuatan yang dapat menjatuhkan hukuman badaniah.

2. Golongan kepatuhan hukum berdasarkan sifat hedonistik.

Golongan ini mematuhi hukum untuk kepuasan dirinya sendiri yang terlepas dari cita-cita keadilan.

3. Golongan kepatuhan hukum berdasarkan aspek interpersonal.

Golongan ini mematuhi hukum untuk memelihara hubungan baik dengan pihak lain dan untuk menyenangkan pihak lain tersebut.

4. Golongan kepatuhan hukum berdasarkan hukum dan ketertiban.

Fokus hukum dan ketertiban, maka masalah kekuasaan dan wewenang menempati fungsi yang sangat penting dan menonjol. Hukum dipatuhi karena penegak hukum mempunyai kekuasaan, dan kekuasaan tersebut diakui.

5. Golongan kepatuhan hukum berdasarkan kontrak sosial

Golongan ini mematuhi hukum karena hukum dianggap sebagai patokan yang dapat mempertahankan stabilitas dan memberikan kemungkinan pada terjadinya perubahan sosial.

6. Golongan kepatuhan hukum berdasarkan etika universal.

Golongan ini mematuhi hukum karena ada anggapan yang sangat kuat, bahwa hukum merupakan pencerminan dari etika (dalam arti sempit). Hukum dianggap sebagai refleksi dari hati nurani yang bersih atau dari kesusilaan. Kesusilaan tersebut dianggap sebagai dasar dari nilai, dengan demikian menghasilkan asas hukum.

Faktor hukumnya sendiri; apakah hukumnya memenuhi syarat yuridis, sosiologis, dan filosofis. Dalam praktik penyelenggaraan hukum di lapangan ada kalanya terjadi pertentangan antara kepastian hukum dan keadilan, hal ini disebabkan oleh konsepsi keadilan merupakan suatu rumusan yang bersifat abstrak, sedangkan kepastian hukum merupakan suatu prosedur yang telah ditentukan

secara normatif. Justru itu, suatu kebijakan atau tindakan yang tidak sepenuhnya berdasar hukum merupakan sesuatu yang dapat dibenarkan sepanjang kebijakan atau tindakan itu tidak bertentangan dengan hukum.³² Maka pada hakikatnya penyelenggaraan hukum bukan hanya mencakup *law enforcement* saja, namun juga *peace maintenance*, karena penyelenggaraan hukum sesungguhnya merupakan proses penyerasian antara nilai kaidah dan pola perilaku nyata yang bertujuan untuk mencapai kedamaian. Dengan demikian, tidak berarti setiap permasalahan sosial hanya dapat diselesaikan dengan hukum yang tertulis, karena tidak mungkin ada peraturan perundang-undangan yang dapat mengatur seluruh tingkah laku manusia, yang isinya jelas bagi setiap warga masyarakat yang diaturnya dan serasi antara kebutuhan untuk menerapkan peraturan dengan fasilitas yang mendukungnya.

B. Tinjauan Umum Tentang Merek Hukum Positif dan Hukum Islam

1. Pengertian dan Dasar Hukum Merek

Merek adalah bagian dari hak atas kekayaan intelektual yang saat ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang selanjutnya disebut UU MIG. Yang dimaksudkan dengan merek batasannya tercantum dalam UU MIG, yaitu pasal 1 angka 1 yang berbunyi sebagai berikut:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.³³

Pengertian merek berbeda dengan pengertian Hak merek, Hak merek adalah salah satu hak kekayaan industri yang penting keberadaanya diketahui dan di pahami oleh masyarakat, pelaku usaha termasuk mahasiswa dan praktisi hukum. Para pelaku usaha mempunyai banyak kepentingan dalam melindungi

³² Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 39.

³³ Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Malang, Setara Press, 2017), hlm. 53.

merek ketika bersaing di Pasar global. Persaingan usaha semakin kompetitif seiring dengan munculnya arus globalisasi. Para pelaku usaha wajib melindungi mereknya melalui pendaftaran merek.

Pengertian Merek ini, berbeda dengan pengertian merek dalam UU Merek yang lama dimana dalam UU Merek No. 15 Tahun 2001, pengertian merek hanya berhubungan dengan merek konvensional sedangkan pada undang-undang terbaru memperluas merek yang akan didaftarkan. Di antaranya penambahan merek 3 dimensi, merek suara, dan merek hologram.

Bertitik tolak dari batasan tersebut, merek pada hakekatnya adalah suatu tanda. Akan tetapi agar tanda tersebut dapat diterima sebagai merek, harus memiliki daya pembeda. Yang dirnaksud dengan memiliki daya pembeda adalah memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. Tidak dapat diterima sebagai merek apabila tanda tersebut sederhana seperti gambar “Sepotong Garis” atau tanda yang terlalu ruwet seperti gambar “Benang Kusut”.³⁴

Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat, digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di Pasaran. Pengusaha biasanya berusaha mencegah orang lain menggunakan merek mereka karena dengan menggunakan merek, para pedagang memperoleh reputasi baik dan kepercayaan dari para konsumen serta dapat membangun hubungan antara reputasi tersebut dengan merek yang telah digunakan perusahaan secara regular. Semua hal di atas tentunya membutuhkan pengorbanan waktu, tenaga dan uang.³⁵ Merek adalah suatu tanda yang pada dirinya terkandung daya pembeda yang cukup (*capable of distrugling*) dengan barang-barang lain yang sejenis. Kalau tidak ada perbedaan, maka tidak mungkin disebut merek.³⁶

³⁴ Erma Wahyuni, *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, (Yogyakarta: YPAPI, 2006), hlm. 133.

³⁵ Tim Lindsey dkk, *Hak Kakayaan Intelektual Suatu Pengantar*, (Bandung: Alumni, 2013), hlm. 131.

³⁶ Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, (Jakarta: Pustaka Yustisia, 2001), hlm. 30.

Merek merupakan sesuatu yang ditempelkan atau dilekatkan pada suatu produk, tetapi ia bukan produk itu sendiri, karena setelah barang dibeli, yang dinikmati pembeli bukanlah merek melainkan benda materinya. Merek mungkin hanya menimbulkan rasa kepuasan saja bagi pembeli. Merek hanya benda immateriil yang tidak dapat memberikan apapun secara fisik. Inilah yang membuktikan bahwa merek itu merupakan hak kekayaan immaterial.³⁷

Merek berfungsi sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya.³⁸

Selain batasan juridis di atas, beberapa sarjana juga memberikan pendapatnya tentang merek, diantaranya:

- a. H.M.N. Purwo Sutjipto, memberikan rumusan bahwa, “Merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis”.
- b. R. Soekardono memberikan rumusan bahwa, “Merek adalah suatu tanda (Jawa: ciri atau tengger) dengan mana dipribadikan sebuah barang tertentu, dimana perlu juga dipribadikan asalnya barang atau menjamin kualitasnya barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain”.
- c. Harsono Adisumarto, merumuskan bahwa Merek adalah “tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain, seperti pada pemilikan ternak dengan memberi tanda cap pada punggung sapi yang kemudian dilepaskan di tempat penggembalaan yang luas”. Cap seperti itu memang merupakan tanda pengenal untuk menunjukkan bahwa hewan yang bersangkutan adalah milik orang tertentu.³⁹
- d. Iur Soeryatin, mengemukakan rumusannya dengan meninjau merek dari aspek fungsinya yaitu, suatu merek dipergunakan untuk membedakan barang yang bersangkutan dari barang sejenis lainnya oleh karena itu, barang yang bersangkutan dengan diberi merek tadi mempunyai: tanda asal, nama, jaminan terhadap mutunya.
- e. Soeryatin, merumuskan bahwa barang-barang yang dihasilkan oleh pabriknya dengan dibungkus dan pada bungkusnya itu dibubuhi tanda

³⁷ Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo, 2013), hlm. 330.

³⁸ Muhamad Firmansyah, *Tata Cara Mengurus HaKI*, (Jakarta: Selatan Transmedia Pustaka, 2008), hlm. 343.

³⁹ Harsono Adisumatro, *Hak Milik Perindustrian*, (Jakarta: Akademika Pressindo, 1990), hlm. 44.

tulisan dan/atau perkataan untuk membedakannya dari barang-barang sejenis hasil pabrik pengusaha lain. Tanda itu disebut merek perusahaan.

- f. Saidin mengemukakan bahwa, merek adalah suatu tanda (*sign*) untuk membedakan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seseorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan atau jasa.⁴⁰

2. Jenis-Jenis Merek

Berdasarkan Pasal 1 UU MIG, merek dapat dibagi dalam (2) jenis, yaitu sebagai berikut:

a. Merek Dagang (Pasal 1 butir 2)

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

b. Merek Jasa (Pasal 1 butir 3)

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

Khusus untuk merek kolektif sebenarnya tidak dapat dikatakan sebagai jenis merek oleh karena merek kolektif ini sebenarnya juga terdiri dari merek dagang dan jasa. Hanya saja merek kolektif ini pemakaiannya digunakan secara kolektif, sebagaimana pada Pasal 1 butir 4 UU MIG:

“Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya”.⁴¹

3. Syarat dan Fungsi Merek

Agar suatu merek dapat dilindungi hukum maka harus dilakukan pendaftaran merek. Dalam proses aplikasi, syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh suatu merek agar bisa terdaftar adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki daya pembeda;

⁴⁰ Soeryodiningrat., *Pengantar Ilmu Hukum Merek*, (Jakarta: Pradnya Paramitha, 1975), hlm. 30.

⁴¹ Soeryodiningrat., *Pengantar Ilmu Hukum Merek*, (Jakarta: Pradnya Paramitha, 1975), hlm. 33.

- b. Merupakan tanda pada barang atau jasa;
- c. Tidak bertentangan dengan moralitas agama dan ketertiban umum;
- d. Bukan menjadi milik umum;
- e. Tidak berupa keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran.

Dalam pendaftaran merek dikenal dua sistem pendaftaran, yakni sistem deklaratif dan sistem konstitutif. Sistem deklaratif yang biasa juga disebut sistem pasif memberikan asumsi bahwa pihak yang mereknya terdaftar adalah pihak yang berhak atas merek terdaftar tersebut sebagai pemakai pertamanya. Melalui sistem ini tidak diselidiki siapa sebenarnya pemilik asli yang bersangkutan, hanya diperiksa apakah sudah lengkap permohonannya dan apakah tidak ada pihak pemilik merek serupa yang lebih dahulu melakukan pendaftaran. Dalam sistem konstitutif, pihak yang berhak atas suatu merek adalah pihak yang telah mendaftarkan mereknya. Pihak pendaftar adalah pihak satu-satunya yang berhak atas suatu merek dan pihak lain harus menghormati haknya. Terhadap merek yang telah dikenal luas dalam perdagangan dan dimasyarakat (*wellknown trademark*), tetapi tidak didaftarkan, akan tetap diberikan perlindungan hukum.⁴²

Pada hakikatnya suatu merek digunakan oleh produsen atau pemilik merek untuk melindungi produknya, baik berupa jasa atau barang dagang lainnya. Jadi, suatu merek memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Fungsi pembeda, yakni membedakan produk satu perusahaan dengan produk perusahaan lain.
- b. Fungsi jaminan reputasi, yakni selain sebagai tanda asal usul produk, juga secara pribadi menghubungkan reputasi produk bermerek tersebut dengan produsennya, sekaligus memberi jaminan kualitas akan produk tersebut.

⁴² Endang Purwaningsih, *Perkembangan Hukum Intellectual Property Rights Kajian Hukum terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual dan Kajian Komparatif Hukum Paten*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 10-12.

- c. Fungsi promosi, yakni merek juga digunakan sebagai sarana memperkenalkan produk baru dan mempertahankan reputasi produk lama yang diperdagangkan, sekaligus untuk menguasai Pasar.
- d. Fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri, yakni merek dapat menunjang pertumbuhan industri melalui penanaman modal, baik asing maupun dalam negeri dalam menghadapi mekanisme Pasar bebas.

4. Merek yang Tidak Dapat Didaftarkan

Pada Pasal 20 UU MIG dikatakan bahwa 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 yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. Tidak memiliki daya pembeda;
- f. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.⁴³

5. Perlindungan Hukum Atas Merek Secara Preventif

UU Merek dan Indikasi Geografis Tahun 2016 bertujuan untuk lebih memberikan perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek dagang terkenal asing. Sehubungan dengan hal tersebut, Pasal 20 UU Merek dan Indikasi Geografis menentukan merek tidak dapat didaftarkan apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini:

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

⁴³ Erma Wahyuni, *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, (Yogyakarta: YPAPI, 2006), hlm. 148.

- d. Tidak memiliki daya pembeda atau merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.⁴⁴

Selain itu Pasal 21 UU Merek Tahun 2016 menambahkan, bahwa permohonan harus ditolak apabila merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis. Ketentuan tersebut juga dapat diberlakukan untuk barang dan/atau jasa yang tidak sejenis.

Persamaan pada keseluruhannya adalah persamaan keseluruhan elemen. Persamaan yang demikian sesuai dengan ajaran doktrin entires similar atau sama keseluruhan elemen. Dengan perkataan lain, merek yang dimintakan pendaftarannya merupakan copy atau reproduksi merek orang lain.

Supaya suatu merek dapat disebut sebagai copy atau reproduksi merek orang lain, sehingga dikualifikasi mengandung persamaan secara keseluruhan, paling tidak harus dipenuhi syarat-syarat sebagai berikut:⁴⁵

- a. Terdapat persamaan elemen secara keseluruhan;
- b. Persamaan jenis atau produksi kelas barang atau jasa;
- c. Persamaan wilayah dan segmen Pasar;
- d. Persamaan cara dan perilaku pemakaian;
- e. Persamaan cara pemeliharaan.

Suatu merek dianggap mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek orang lain ditentukan berdasarkan patokan yang lebih lentur dibanding dengan doktrin entires similar. Persamaan pada pokoknya dianggap terwujud apabila merek tersebut memiliki kemiripan (*identical*) hampir mirip (*nearly resembles*) dengan merek orang lain. Kemiripan tersebut dapat didasarkan pada:

- a. Kemiripan persamaan gambar;
- b. Hampir mirip atau hampir sama susunan kata, warna, atau bunyi;

⁴⁴ Erma Wahyuni, *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, (Yogyakarta: YPAPI, 2006), hlm. 151.

⁴⁵ Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1996), hlm. 46.

- c. Faktor yang paling penting dalam doktrin ini, pemakaian merek menimbulkan kebingungan (*actual confusion*) atau menyesatkan (*decive*) masyarakat konsumen. Seolah-olah merek tersebut dianggap sama sumber produksi dan sumber asal geografis dengan barang milik orang lain (*likelihood confusion*).⁴⁶
6. Penghapusan dan Pembatalan Merek
- a. Penghapusan Merek

Penghapusan pendaftaran merek diatur dalam Pasal 72 sampai dengan Pasal 75 UU MIG. Penghapusan pendaftaran suatu merek dapat dilakukan berdasarkan permohonan pemilik merek yang bersangkutan atau kuasanya baik sebagian atau seluruh jenis barang dan/atau jasa, Nantinya penghapusan pendaftaran merek dicatat dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Dalam pasal 72 ayat (7) dikatakan bahwa selain atas prakarsa dari pemilik merek bersangkutan, penghapusan merek terdaftar dapat dilakukan atas prakarsa Menteri jika:

- 1) Memiliki persamaan pada pokoknya dan/atau keseluruhannya dengan Indikasi Geografis;
- 2) Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum;
- 3) Memiliki kesamaan pada keseluruhannya dengan ekspresi budaya tradisional, warisan budaya takbenda, atau nama atau logo yang sudah merupakan tradisi turun temurun.

Menteri meminta rekomendasi dari Komisi Banding Merek untuk melakukan penghapusan merek, setelah mendapatkan rekomendasi dari Komisi Banding Merek maka merek tersebut dapat dihapus. Pemilik Merek yang keberatan terhadap keputusan penghapusan Merek terdaftar atas prakarsa Menteri dapat mengajukan gugatan melalui Pengadilan Tata

⁴⁶ Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1996), hlm. 417.

Usaha Negara. Pihak yang keberatan terhadap putusan Pengadilan Tata Usaha Negara hanya dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung.

Penghapusan Merek terdaftar dapat pula diajukan oleh pihak ketiga yang berkepentingan dalam bentuk gugatan ke Pengadilan Niaga dengan alasan Merek tersebut tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir.⁴⁷

Alasan Merek tidak digunakan tidak berlaku dalam hal adanya:

- 1) Larangan impor;
- 2) Larangan yang berkaitan dengan izin bagi peredaran barang yang menggunakan Merek yang bersangkutan atau keputusan dari pihak yang berwenang yang bersifat sementara atau larangan serupa lainnya yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

b. Pembatalan Merek

Mengenai pembatalan merek diatur pada Pasal 76 sampai 79 UU MIG. Adapun alasan-alasan tentang pengajuan pembatalan merek ditentukan dalam Pasal 20 dan 21 UU MIG, yang menyangkut syarat-syarat material suatu merek. Dalam hal ini menurut UU MIG gugatan pembatalan dapat dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dan pemilik merek yang tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan tersebut setelah mengajukan permohonan kepada Menteri. Gugatan pembatalan tersebut diajukan kepada Pengadilan Niaga.⁴⁸

7. Berakhirnya Perlindungan Merek

Dengan merek yang telah terdaftar menunjukkan bahwa merek tersebut telah dilindungi oleh hukum. Perlindungan hukum terhadap merek sifatnya terbatas. Ketentuan Pasal 35 UU MIG memberikan jangka waktu

⁴⁷ Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1996), hlm. 79.

⁴⁸ Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo, 2013), hlm. 395.

perlindungannya selama sepuluh tahun ini dihitung sejak ditetapkannya *filling date*.

Pemilik merek dapat mengajukan permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia oleh pemilik Merek atau Kuasanya dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya. Permohonan perpanjangan masih dapat diajukan dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah berakhirnya jangka waktu perlindungan merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya dan denda sebesar biaya perpanjangan.⁴⁹

Permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan ini dapat disetujui jika merek yang bersangkutan masih dipakai pada barang atau jasa sebagaimana diproduksi dan diperdagangkan oleh pemilik merek atau kuasanya. Permohonan perpanjangan waktu perlindungan merek terdaftar juga dapat ditolak, yaitu dengan pemberitahuan secara tertulis kepada pemilik atau kuasanya dengan menyebutkan alasannya. Alasan penolakan itu antara lain karena telah melewati atau kurang dari jangka waktu yang ditetapkan untuk pengajuan kembali, tidak membayar biaya pengajuan, merek tersebut sudah tidak dipakai pada barang atau jasa sebagaimana disebut dalam sertifikat merek atau karena barang atau jasa tersebut sudah tidak diproduksi dan diperdagangkan lagi.⁵⁰

8. Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Khususnya Merek di Indonesia

Terhadap sengketa antara pemegang merek dengan pihak lain yang sama-sama mendaftarkan merek yang sama akan diberikan perlindungan hukum dengan menempuh mekanisme upaya hukum untuk memberikan perlindungan terhadap pemilik merek yang sah. Perlindungan hukum atas hak

⁴⁹ Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo, 2013), hlm. 401.

⁵⁰ Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 44.

kekayaan intelektual khususnya merek dapat dilakukan dengan cara preventif dan represif.

Berkaitan dengan kerangka perlindungan hukum berikut Philipus M. Hadjon dengan menitikberatkan pada “tindakan pemerintahan” (*bestuurshandeling*) atau (*administrative action*) membedakan perlindungan hukum bagi rakyat ke dalam dua macam:

- a. Perlindungan hukum represif yaitu perlindungan hukum yang bertujuan untuk menyelesaikan sengketa termasuk di dalamnya adalah penanganan perlindungan hukum bagi rakyat oleh peradilan umum dan peradilan administrasi di Indonesia.
- b. Perlindungan hukum Preventif yaitu perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa. Di dalam perlindungan preventif, rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan (*inspraak*) atau pendapatnya sebelum keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif, perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindakan pemerintahan yang didasarkan kepada kebebasan bertindak karena pemerintah terdorong untuk bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan yang didasarkan pada diskresi.⁵¹

9. Hak Merek Dagang Dalam Perspektif Islam

Sama halnya dengan hak cipta dan paten serta hak atas kekayaan intelektual lainnya maka hak merek juga merupakan bagian dari hak atas kekayaan intelektual.⁵² Berdasarkan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) No:1/MUNASVII/MUI/5/2005 tentang perlindungan Hak Kekayaan Intelektual menyatakan bahwa Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam hal ini hak merek dagang dipandang sebagai salah satu huquq maliyah (hak kekayaan) yang mendapat perlindungan sebagaimana maal (kekayaan).⁵³

⁵¹ Ronna Novy Yosia, “Perlindungan Hukum Atas Hak Kekayaan Intelektual Khususnya Merek di Indonesia,” *lex et Societatis*, 8 (September, 2014), hlm. 151.

⁵² OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004), hlm. 329.

⁵³ Burhanudin, *Hukum Bisnis Syariah*, (Yogyakarta :UII Press,2010), hlm. 224.

Menurut Nasrun Haroen, Imam asy-Syafi'i mengatakan bahwa yang dikatakan harta itu adalah yang boleh dimanfaatkan oleh manusia, baik berupa benda maupun bersifat manfaat dari suatu benda. Pemikiran seseorang yang telah dituangkan dalam buku, ciptaan atau kreasi seorang ilmuwan atau seniman, menurutnya juga bernilai manfaat yang dapat dinilai dengan harta, dapat diperjualbelikan, dan orang yang sewenang-wenang terhadap hak cipta dan kreasi orang lain, boleh dituntut di muka pengadilan. Oleh sebab itu, dalam ijtihad para ulama Syafi'iyah, Malikiyah, Hanabilah dan sebagian ulama Hanafiyah, hak cipta dan kreasi ilmuwan atau seniman termasuk kedalam pengertian harta (maal) yang bermanfaat, setelah hasil pemikiran itu dituangkan kedalam buku atau media lainnya.⁵⁴

Keberadaan hak merek dagang sama halnya dengan hak cipta. Hak merek yang dianggap sebagai benda, maka jika ada yang menggunakan tanpa seizin pemiliknya dan mengakibatkan kerugian baik secara moril ataupun ekonomis maka hal tersebut tidak dibenarkan menurut Islam dan dianggap dzalim.⁵⁵ Perlindungan hak dalam ajaran Islam merupakan penjabaran dari ajaran dan prinsip keadilan. Demi keadilan diperlukan kekuatan atau kekuasaan untuk melindungi dan menjamin terpenuhinya hak.

Pada prinsipnya Islam memberikan kebebasan bagi setiap pemilik untuk mempergunakan haknya sesuai dengan kehendaknya (iradah) sepanjang tidak bertentangan dengan syariat Islam.⁵⁶ Dalam Islam, kewajiban datang terlebih dahulu baru setelah itu hak. Setiap individu memiliki kewajiban tertentu, sehingga sebagai hasil dari pelaksanaan tersebut, maka setiap orang akan memperoleh hak-hak tertentu. Di dalam Al-Qur'an Allah berfirman tentang hak kepemilikan pribadi, ada hak-hak umum yang harus dipenuhi.⁵⁷

⁵⁴ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 40.

⁵⁵ Koirul Hidayah, "Kajian Hukum Islam Terhadap Hak Merek Sebagai Obyek Dalam Perjanjin Rahn", *Jurnal Syariah dan Hukum*, (Malang: UIN Maulana Malik), Volume 6 Nomor 1, Juni 2014, hlm. 7.

⁵⁶ Ghufron A.Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), hlm. 37-38.

⁵⁷ Nizaruddin, *Fiqh Muamalah 1*, (Yogyakarta: Idea Press, 2013) cet.1, hlm. 23.

“dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”. (Q.S. Al-Isra’: 26)⁵⁸

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa Islam mengakui hak milik pribadi dan menghargai pemiliknya, selama harta itu diperoleh dengan jalan yang halal. Islam melarang setiap orang yang mendzolimi dan merongrong hak milik orang lain dengan azab yang pedih, terlebih lagi jika pemilik harta itu adalah kaum yang lemah seperti anak yatim dan wanita.⁵⁹

Jadi pada dasarnya, perlindungan atas hak merek dagang dalam syariat Islam kembali kepada perlindungan atas harta dan hak milik. Islam sangat menghormati harta dan hak milik. Hak merek dagang dapat menjadi harta yang bisa mendatangkan manfaat bagi pemiliknya, oleh karena itu ia wajib dijaga dan dilindungi.

C. Jual Beli Barang Tiruan

1. Pengertian Jual Beli Barang Tiruan

Jual beli adalah tukar menukar suatu barang, baik yang dilakukan dengan uang maupun barang dengan barang atau benda yang lain atas dasar suka sama suka diantara kedua belah pihak, yang biasa disebut dengan *an taraadin*, artinya atas dasar kerelaan kedua belah pihak, yakni pihak pembeli dan penjual. Jual beli merupakan transaksi yang dilakukan oleh pihak penjual dan pembeli atas suatu barang dan jasa yang menjadi objek transaksi jual beli.⁶⁰

Menurut istilah (*terminologi*) yang dimaksud dengan jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.⁶¹

⁵⁸ Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahnya, (Bandung: CV. Diponegoro, 2015), hlm. 284.

⁵⁹ Nizaruddin, *Fiqh Muamalah 1*, (Yogyakarta: Idea Press, 2013) cet.1, hlm. 24.

⁶⁰ Muhammad Ali, *Fiqh*, (Bandar Lampung: Anugrah Utama Raharja, 2013), hlm. 95.

⁶¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 135.

Jadi, dapat dipahami bahwa jual beli adalah tukar-menukar harta dengan harta, biasanya berupa barang dengan uang antara yang satu kepada yang lainnya secara sukarela dengan akad tertentu yang telah disepakati bersama.

Barang tiruan atau barang KW adalah sebuah barang yang diproduksi sebagai replika atau imitasi dari barang bermerek. Barang tiruan lebih dikenal dengan istilah barang KW. Kata KW berasal dari “kwalitas” yang konotasinya “imitasi” atau “tiruan”. Jadi, barang KW merupakan sebuah barang yang diproduksi sebagai tiruan, replika, atau imitasi dari barang lain.⁶²

“Barang KW” diproduksi tanpa menggunakan hak merek yang bersangkutan, para produsen membuatnya dengan cara seperti meniru saja. Oleh karena itu secara sederhana dapat dikatakan bahwa “barang KW” adalah barang palsu.

Barang palsu jika dilihat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sama artinya dengan “tiruan” dimana arti kata tiruan dalam KBBI adalah bukan yang sejati (tulen), palsu dan imitasi.⁶³ Menurut Lai Zaichkowsky mengatakan bahwa pemalsuan dan pembajakan pada dasarnya adalah sama karena pemalsuan dan pembajakan adalah reproduksi dari barang yang identik berasal dari sebuah barang asli.⁶⁴ Di sisi lain, Produk imitasi merupakan produk yang diciptakan dengan mengacu atau meniru pada produk pionir. Imitasi dapat dilakukan dengan meniru disain, membuat produk generik dengan harga yang lebih murah, dan melakukan beberapa penyempurnaan dari produk terdahulu.⁶⁵

Jadi, barang tiruan, barang imitasi maupun barang palsu adalah produk yang dibuat dengan cara meniru merek yang sudah dikenal luas oleh masyarakat, hal ini termasuk dalam hal packaging, labelling, trademark. Dan

⁶² Farid Ma'ruf, “Hukum Barang KW (Tiruan)”, dalam <https://konsultasi.wordpress.com>, diunduh pada 27 Agustus 2020.

⁶³ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga)*, (Jakarta: Balai Pustaka 1996).

⁶⁴ J.L. Kay and KKY Zaichkowsky, “Brand Imitation: do the Chinese Have Different Views?”, *Asia Pacific Journal of Manajement*, (1999), hlm. 179.

⁶⁵ Nanda Amelia, “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Imitasi”, *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2016), hlm. 10, tidak dipublikasikan.

harga yang murah merupakan keunggulan bagi produk ini untuk menarik minat beli konsumen.

Larangan tentang jual beli barang tiruan telah dikeluarkan oleh Fatwa MUI No. 1/ MUNAS VII/ MUI /5/2005. Menurut fatwa MUI tersebut, Ulama melarang menjual barang tiruan karena melanggar hak merek dari pemilik merek dan merugikan banyak pihak baik dari pemegang merek, pemerintah, maupun masyarakat.⁶⁶

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan bagian dari mu'amalah mempunyai dasar hukum yang jelas, baik Al-Qur'an, As-Sunnah dan telah menjadi ijma' ulama dan kaum muslimin. Bahkan jual beli bukan hanya sekedar muamalah, akan tetapi menjadi salah satu media untuk melakukan kegiatan saling tolong menolong sesama manusia.⁶⁷

a. Dasar dalam Al-Qur'an

1) Larangan jual beli yang mengandung riba.

Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah

⁶⁶ Ma'ruf Amin et.al, *Himpunan Fatwa, Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm. 468.

⁶⁷ Imam Mustofa, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 23.

penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al-Baqarah: 275).⁶⁸

Maksud dari ayat diatas adalah orang-orang yang mengambil riba atau tambahan dengan uang atau bahan makanan baik itu mengambil tambahan dari jumlahnya atau mengenai waktu untuk jual beli kredit. Maka akan dibangkitkan dari kubur dengan keadaan yang buruk. Tetapi jika mereka bisa menghentikan memakan riba maka Allah akan menghalalkan jual belinya.⁶⁹

Firman Allah dalam surat Al-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama-suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyanyang kepadamu”. (QS. Al-Nisa: 29).⁷⁰

Maksud dari ayat diatas adalah Allah telah mengharamkan memakan harta orang lain dengan cara batil yaitu tanpa ganti, yang demikian itu adalah batil berdasarkan ijma umat dan termasuk didalamnya juga semua jenis akad yang rusak yang tidak boleh secara syara' baik karena ada unsur riba atau *jahalalah* (tidak diketahui), atau karena kadar ganti yang rusak seperti minuman keras babi dan yang lainnya. Jika yang diakadkan adalah harta perdagangan maka boleh hukumnya sebab pengecualian pada ayat diatas terputus karena harta perdagangan bukan termasuk harta yang tidak boleh dijual belikan.⁷¹

2) Takaran dalam Hukum Islam

⁶⁸ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: CV. Diponegoro, 2015), hlm. 284.

⁶⁹ Mohammad Nadzir, *Fiqh Muamalah Klasik*, (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015), hlm. 42.

⁷⁰ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: CV. Diponegoro, 2015).

⁷¹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2014), hlm. 27.

Islam mengatur seseorang dalam melakukan jual beli harus menegakkan keadilan dan kejujuran. Seperti firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Isra' ayat 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama(bagimu) dan lebih baik akibatnya”. (QS. Al-Isra': 35).⁷²

Maksud dari ayat diatas yaitu penyempurnaan takaran dan timbangan dinyatakan lebih baik akibatnya. Karena menyempurnakan takaran dan timbangan melahirkan rasa aman, ketentraman dan kesejahteraan hidup bermasyarakat. Siapa yang membenarkan bagi dirinya mengurangi hak seseorang, maka mengantarkannya kepada kecurangan. Bila itu terjadi maka rasa aman tidak akan tercipta, dan ini tentu saja tidak berakibat baik bagi perorangan dan masyarakat.⁷³

b. Dasar dalam As-Sunnah

Dasar hukum dari As-Sunnah antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Hadis Rasulullah Saw yang diriwayatkan Rifa'ah bin Rafi' Al-Bazar dan Hakim:

عَنْ عَبَّادِ بْنِ رِفَاةَ بْنِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ عَنْ جَدِّهِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ قَالَ قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلٌ لِرَجُلٍ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رواه أحمد)

“Diriwayatkan dari Abayah ibn Rifa'ah ibn Rafi' ibn Khadij dari kakeknya, Rafi' ibn Khadij berkata, Rasulullah ditanya seseorang: apakah usaha yang paling baik? Nabi menjawab: Perbuatan seseorang dengan tangannya sendiri dan jual beli yang baik”. (HR. Ahmad).⁷⁴

⁷² Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: CV. Diponegoro, 2015).

⁷³ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 84.

⁷⁴ Abu Abdullah Ahmad ibn Muhammad ibn Hanbal ibn Hilal ibn Asad as-Saibani, *Musnad Ahmad*, Juz 37, (Kairo: Mawqi' Wizarah al-Awqaf al Misriyah, t.th), hlm. 217, hadis ke- 17728.

Maksud dari hadis diatas menjelaskan bahwa kaum muslimin telah ijmak tentang kebolehan jual beli dan hikmah yang terkandung didalamnya. Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa pertolongan dari orang lain. Sementara orang lain tidak akan menyerahkan sesuatu tanpa ada imbalannya. Oleh karena itu, jual beli untuk memenuhi kebutuhan manusia dan menghilangkan kesulitan dalam kehidupan manusia.⁷⁵

2) Rasulullah Saw. bersabda:

عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدَنِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُرَيْمِيَّ يَقُولُ
قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنََّّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه ابن
ماجه)

“Diriwayatkan dari Daud ibn Shalih al-Madani, diterima dari bapaknya ia berkata, saya mendengar Abu Said al-Khudri mengatakan Rasulullah Saw. berkata: sesungguhnya jual beli itu dilakukan atas dasar suka sama suka”(HR. Ibn Majah).⁷⁶

Maksud dari hadis diatas menjelaskan bahwa jual beli harus dilakukan atas dasar saling rela diantara kedua belah pihak. Kecuali pemaksaan itu suatu hal yang harus dilakukan karena menjaga hak orang. Seperti menjual barang gadai karena keputusan hakim untuk melunasi utang.⁷⁷

c. Dasar dalam Ijma’

Sementara legitimasi dari ijma’ adalah ijma’ ulama’ dari berbagai kalangan mazhab telah bersepakat akan disyariatkannya dan dihalalkannya jual beli. Jual beli sebagai mu’amalah melalui sitem barter telah ada sejak zaman dahulu. Islam datang memberi legitimasi dan memberi batasan dan aturan agar dalam pelaksanaannya tidak terjadi kezaliman atau tindakan yang dapat merugikan salah satu pihak. Selain itu, dalam konteks Indonesia juga ada legimitasi dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syari’ah

⁷⁵ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 65.

⁷⁶ Abu Abdullah Muhammad ibn Yazid al-Qazuwaini wa Majah, *Sunan ibn Majah*, Juz 7, (Kairo: Mawqi’ Wizarah al-Awqaf al Misriyah, t.th), hlm.10, Hadis ke 2269.

⁷⁷ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 67.

(HES) Pasal 56-115.⁷⁸ Jadi dalam Islam melakukan jual beli diperbolehkan. Allah SWT mensyariatkan jual beli sebagai suatu kemudahan bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

3. Rukun Berdagang (Jual Beli)

Jual beli adalah akad tukar menukar harta dengan harta lain melalui tata cara yang telah ditentukan oleh syariat, yakni memenuhi syarat-syarat jual beli sehingga pembeli dapat memiliki barang tersebut. Adapun rukun-rukun dalam jual beli adalah sebagai berikut:

- a. Orang yang akad (*'aqid*), contoh penjual dan pembeli;
- b. Sesuatu yang diakadkan (*ma'qud 'alaihi*), contoh harga atau yang dihargai;
- c. Sighat, yaitu ijab dan qabul.⁷⁹
- d. Ada nilai tukar pengganti barang.

Nilai tukar pengganti barang yaitu sesuatu yang memenuhi tiga syarat; bisa menyimpan nilai, bisa menilai atau menghargakan suatu barang, dan bisa dijadikan alat tukar.⁸⁰

4. Syarat Berdagang (Jual Beli)

Adapun syarat-syarat dalam jual beli yaitu:

- a. *'Aqid* (pihak yang bertransaksi)
 - 1) *Muthalaq at-tasharruf* (balig, berakal, rasydu/memiliki potensi untuk bisa melaksanakan urusan agama dan mengatur keuangan dengan baik). Maka tidak sah akad jual belinya shabi (anak kecil), orang gila, orang yang terikat dalam mentasharrufkan (menjalankan) hartanya karena bodoh (tidak mengerti nilai uang). Sebagiman firman Allah SWT dalam surat An-Nisa ayat 5 yang berbunyi:

⁷⁸ Imam Mustofa, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 23-25.

⁷⁹ Rahmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 45.

⁸⁰ Shobirin, "Jual Beli Dalam Pandangan Islam", *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3 No. 2, Desember 2015, hlm. 251.

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا
وَآكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥٠﴾

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.”⁸¹

- 2) Tidak ada paksaan tanpa alasan yang benar dari pihak manapun. Jika paksaan atas dasar yang benar seperti melunasi hutangnya, maka pihak berwenang (aparatus hukum) diperbolehkan menjual barang orang yang berhutang tadi sekalipun dengan cara paksa. Jika barang yang dijual itu berupa mushaf Al-Qur’an atau kitab-kitab peninggalan ulama salaf, maka disyaratkan pembelinya harus orang Islam. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur’an surat An-Nisa’ ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu”.⁸²

- 3) Berakal

Adapun yang dimaksud dengan berakal yaitu dapat membedakan atau memilih mana yang terbaik bagi dirinya, dan apabila salah satu pihak tidak berakal maka jual beli yang diadakan tidak sah.⁸³

- 4) Dengan Kehendaknya sendiri

Bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli tersebut salah satu pihak tidak melakukan suatu tekanan atau paksaan kepada pihak lain

⁸¹ Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahnya, (Jakarta: CV. Nala Dana, 2007), h.. 100.

⁸² Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahnya, (Jakarta: CV. Nala Dana, 2007), h. 107.

⁸³ Chairuman Pasaribu, Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), hlm. 35.

tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan lagi disebabkan kemauan sendiri, tetapi disebabkan adanya unsur paksaan, jual beli yang dilakukan bukan atas dasar kehendak sendiri adalah tidak sah.⁸⁴

5) Baligh

Baligh atau dewasa dalam hukum Islam adalah apabila telah berumur 15 tahun, atau telah bermimpi basah (bagi anak laki-laki) dan haid (bagi anak perempuan), dengan demikian jual beli diadakan adalah tidak sah. Namun demikian bagi anak-anak yang sudah dapat membedakan mana yang buruk akan tetapi dia belum dewasa menurut pendapat sebagian ulama` bahwa anak tersebut diperbolehkan untuk melakukan perbuatan jual beli, khususnya untuk barang-barang kecil dan tidak bernilai tinggi.⁸⁵

6) Merdeka

Disyaratkan pula agar kedua belah pihak yang melakukan akad jual beli adalah orang yang merdeka, mukallaf, dan dewasa. Dengan demikian, tidak sah sebuah akad jual beli jika pihak yang melakukan adalah anak kecil, idiot, gila, dan seorang budak tidak diperbolehkan melakukan jual beli tanpa seizin tuannya.⁸⁶

b. *Ma'qud 'Alaih* (obyek jual beli)

Syarat *ma'qud 'alaih* baik yang menjadi *tsaman* (barang yang dibuat membeli) atau *mutsan* (barang yang dibeli) ada lima:

- 1) Suci atau bisa disucikan (bukan barang najis seperti bangkai atau babi);
- 2) Bermanfaat;
- 3) Dibawah kuasa *'aqid*
- 4) Bisa diserahkan;

⁸⁴ Chairuman Pasaribu, Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), hlm. 35.

⁸⁵ Chairuman Pasaribu, Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), hlm. 35-36.

⁸⁶ Salih al-Fauzan, *Fiqh Sehari-hari*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), hlm. 366.

5) Barang, kadar, serta sifatnya harus ma‘lum (diketahui) oleh kedua belah pihak.⁸⁷

1) Barangnya suci dan bersih

Bahwa barang yang diperjual belikan bukanlah barang yang dikualifikasikan sebagai barang yang najis, atau digolongkan sebagai benda yang diharamkan.⁸⁸

2) Dapat dimanfaatkan

Yang dimaksud dengan barang yang bermanfaat adalah kemanfaatan barang tersebut sesuai dengan ketentuan hukum agama (syari’at Islam). Maksudnya pemanfaatan barang tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Misalkan sesuatu barang dibeli, yang tujuan pemanfaatannya untuk berbuat yang bertentangan dengan syariat Islam maka barang tersebut dapat dikatakan tidak bermanfaat.⁸⁹

3) Milik orang yang mengadakan

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

4) Mampu menyerahkan

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

5) Mengetahui sendiri keadaan barang

Yaitu melihat sendiri keadaan barang baik hitungan, takaran, timbangannya atau kualitasnya. Sedangkan menyangkut pembayaran kedua belah pihak harus mengetahui tentang jumlah pembayaran maupun jangka waktu pembayaran.⁹⁰

⁸⁷ Dumairi Nor, *Ekonomi Syariah Versi Salaf*, (Jawa Timur: Sidogiri, tt), hlm. 30.

⁸⁸ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), hlm. 133.

⁸⁹ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), hlm. 133.

⁹⁰ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), hlm. 133.

c. *Shighat (ijab qabul)*

- 1) Satu sama lainnya berhubungan di satu tempat tanpa adanya pemisahan yang merusak;
- 2) Ada kesepakatan ijab dan qabul pada barang yang saling mereka relakan, yang berupa barang yang dijual dan harganya barang. Apabila kedua belah pihak tidak adanya kesepakatan, maka jual beli (akad) dinyatakan tidak sah;
- 3) Pengucapan ijab dan qabul harus sempurna.⁹¹

d. Syarat nilai tukar (Harga Barang)

Nilai tukar barang adalah termasuk unsur paling penting dimana zaman sekarang ini yang disebut dengan uang. Berkaitan dengan nilai tukar ini, ulama fiqih membedakan antara *at-tsaman* dan *as-si'r*. Menurut mereka *ats-saman* adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat. Sedangkan *as-si'r* adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum dijual kepada konsumen. Dengan demikian ada dua harga, yaitu harga antara pedagang dan konsumen (harga jual pasar).

5. Ciri-Ciri Jual Beli Barang Tiruan

Barang tiruan yang diperjualbelikan memiliki ciri-ciri antara lain, jahitan, pola pada bahan kulit, kualitas risleting, logo, kancing, label, cek barcode dan nomer seri, kualitas packing, kain pelapis dalam dan harga.

Pada jahitan, tas, dompet pakaian, atau jenis aksesoris lain yang bermerek dibuat dengan hati-hati, bahkan sampai jahitan terkecil. Pada produk asli dijahit rangkap dengan rapi. Kemudian, pada pola bahan kulit barang yang terbuat dari kulit asli memiliki motif pori yang tidak beraturan, lembut dan beraroma khas kulit hewan. Kualitas risleting pada barang bermerek asli terbuat dari logam yang bagus dan disertai logo yang sama dengan merek dagang.⁹²

⁹¹ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2004), hlm. 83.

⁹² Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum dalam Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hlm. 223.

Jika dilihat dari logo, logo yang asli rata dengan permukaan tas atau dompet, sementara yang palsu akan menyembul dari permukaan barang karena hanya dilem dengan cara biasa. Kancing Pakaian bermerek yang asli memiliki kancing khusus yang berlabel dari merek tersebut. Selain itu di label baju yang tersembunyi di bagian dalam biasanya disertakan kancing cadangan. Label Pastikan penulisan kata pada label, tag, dan guarantee card sudah benar. Produk yang asli ditulis dengan nama negara tempat pembuatan misalnya (*made in Italy*), bukan kota (*made in Milan*).⁹³

Kemudian cek barcode dan nomer seri, barcode pada produk yang asli akan mengarahkan ke situs resmi perusahaan jika discan. Kualitas packaging, Dustbag atau kantong kain pembungkus produk yang asli jauh lebih bagus daripada yang palsu. Dustbag disertai logo resmi, silica gel dan masih disertai dengan buku petunjuk perawatan. Kemudian kain pelapis dalam, pada produk tas dan dompet dilengkapi kain pelapis pada bagian dalam. Kain pelapis ini biasanya memiliki motif khas yang dijahit dengan hati-hati. Motif pada kain pelapis barang asli tidak akan terbalik letaknya. Cara paling mudah dan efektif untuk membedakan barang asli dan palsu adalah dengan mengecek harganya. Harga dari barang palsu lebih murah dibandingkan dengan yang asli.⁹⁴

6. Tingkatan Barang Tiruan

Kecenderungan konsumen terhadap produk palsu sangat bervariasi dengan fungsi sosial yang mendasari sikap mereka. Ciri-ciri kepribadian dan wawasan merupakan faktor penentu yang memungkinkan konsumen untuk mempengaruhi permintaan mereka terhadap barang tiruan melalui bauran pemasaran. Jadi, minat beli konsumen terhadap barang tiruan berdasarkan tingkatan barang tiruan, dapat diukur berdasarkan kondisi ekonomi maupun minat konsumen. Barang tiruan memiliki tingkatan, diantaranya:

a. KW super premium

⁹³ Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum dalam Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hlm. 224.

⁹⁴ Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum dalam Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hlm. 225.

KW super premium ini berada di bawah satu tingkat dari barang asli. Kadang barang ini juga berasal dari barang reject atau barang yang tidak memenuhi standar dan tidak lolos *quality control*.⁹⁵ Jadi, produk KW super premium memiliki kualitas setara dengan barang original, namun tidak semua produk KW memenuhi standar kualitas yang sama dengan barang original.

Di sisi lain, produk KW super premium memiliki sertifikat keaslian, nomer serial dan cetakan merek yang sama dengan produk original. Ciri-ciri produk KW super memiliki jahitan yang rapi, warna tidak mudah pudar, dan barang dengan bahan kulit dibuat dengan kulit asli.

b. KW super AAA

Barang KW super AAA ini kelasnya masih di bawah super premium. Hanya saja secara penampilan berhasil meniru. Akan tetapi bahan yang digunakan lebih murah. misalnya barang asli menggunakan kulit domba maka barang super AAA menggunakan kulit sapi.⁹⁶

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti menyimpulkan bahwa barang KW super AAA kualitasnya di bawah KW super premium akan tetapi berhasil meniru dari produk aslinya. Barang KW super AAA tersebut menggunakan bahan yang lebih murah dibandingkan KW super premium.

c. KW super

Barang KW Super hanya meniru bagian luar saja, tidak pada bagian dalam. Misalkan tas asli di dalamnya berbahan beludru, tas KW super berbahan kanvas biasa.

d. KW semi super

Barang KW super menggunakan bahan berbeda dari produk aslinya. Misalnya tas, tas dari bahan kulit domba asli diganti dengan kulit sapi.

⁹⁵ Fadila Adelin, "Ini Perbedaan KW Grade Ori, KW Super, KW 1 Kamu Harus Tau", dalam www.brilio.net diunduh pada 27 Agustus 2020.

⁹⁶ Fadila Adelin, "Ini Perbedaan KW Grade Ori, KW Super, KW 1 Kamu Harus Tau", dalam www.brilio.net diunduh pada 27 Agustus 2020.

Penggunaan bahan kulit sapi di bagian tertentu saja, misalnya bagian pegangan tas, sementara pada bagian lain menggunakan kulit imitasi.⁹⁷

e. KW 1

KW 1 memiliki kualitas di bawah KW semi super. KW 1 fokus pada bentuk yang dibuat agar terlihat mirip, namun tidak memperhatikan kualitas bahan.

f. KW 2

Barang KW 2 dibuat dari bahan-bahan murah. Bahan-bahan tersebut dipilih untuk menekan biaya produksi. Kualitas barang KW 2 di bawah KW 1, dan lebih cepat rusak. Barang KW 2 tidak serupa dengan barang aslinya, dan dijual dengan harga sangat murah.

7. Faktor-faktor Yang Menyebabkan Terjadinya Jual Beli Barang Tiruan

Beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya jual beli barang tiruan yaitu:

a. Untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin meningkat

Kebutuhan manusia yang semakin meningkat dan beragam membuat manusia menghalalkan segala cara untuk memenuhi kebutuhan tanpa memperdulikan syari'at Islam.⁹⁸

Jadi, semakin meningkatnya kebutuhan manusia, banyak masyarakat melakukan usaha yang dilarang oleh Islam agar mendapatkan keuntungan yang lebih.

b. Kurangnya iman yang kuat

Kurangnya iman mendorong manusia untuk memenuhi keinginannya bukan kebutuhannya. Berlebih-lebihan dalam kepuasan pribadi atau dalam pengeluaran untuk hal-hal yang tidak perlu.⁹⁹

Jadi, kurangnya iman yang kuat mendorong seseorang untuk melakukan jual beli yang tidak sesuai dengan syari'at Islam.

⁹⁷ Fadila Adelin, "Ini Perbedaan KW Grade Ori, KW Super, KW 1 Kamu Harus Tau", dalam www.brilio.net diunduh pada 27 Agustus 2020.

⁹⁸ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid II, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1995), hlm. 34.

⁹⁹ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid II, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1995), hlm. 49.

c. Tuntutan standar hidup yang berlebihan

Standar hidup adalah gaya hidup dan tingkat kesenangan yang diperlukan seseorang bagi kehidupannya untuk memperoleh dan mempertahankan sesuatu yang dia perjuangkan secara sah.¹⁰⁰ Standar hidup seseorang memicu untuk melakukan segala cara agar mencapai kesenangan yang diinginkan.

d. Kerakusan manusia

Keinginan manusia tidak terbatas, jika satu keinginan terpenuhi maka akan muncul keinginan yang lain yang tidak pernah ada habisnya dan semua itu tidak akan memberi kepuasan.¹⁰¹ Oleh sebab itu, manusia selalu ingin mendapatkan apa yang diinginkan sehingga melakukan apa saja untuk memenuhi keinginannya.

e. Mendapatkan keuntungan yang lebih

Jual beli yang dilakukan hanya ingin mendapatkan keuntungan semata. Tidak untuk menghasilkan barang yang berkualitas dan berguna bagi masyarakat.¹⁰² Jadi, penjual hanya ingin mendapatkan keuntungan tanpa memikirkan akibatnya.

f. Persaingan bisnis

Persaingan dalam berbisnis telah berkembang mengarah kepraktek-praktek persaingan liar yang menghalalkan segala cara demi mendapatkan keuntungan yang lebih.¹⁰³ Jadi, pelaku bisnis tidak memperhatikan norma atau aturan yang berlaku menurut syari'at Islam, sehingga melakukan hal-hal yang tidak dianjurkan.

D. Tinjauan Umum Tentang *Al-Maşlahah Mursalah*

¹⁰⁰ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid II, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1995), hlm. 53.

¹⁰¹ Adiwarman A.Karim, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta: Darul Haq, 2004), hlm. 31.

¹⁰² Adiwarman A.Karim, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta: Darul Haq, 2004), hlm. 79.

¹⁰³ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2002), hlm. 93.

1. Pengertian *Al-Maṣlahah Mursalah*

Sebelum menjelaskan arti *maṣlahah mursalah*, terlebih dahulu perlu dibahas lebih dahulu tentang *maṣlahah*, karena *maṣlahah mursalah* merupakan salah satu bentuk dari *maṣlahah*.¹⁰⁴

Maṣlahah (مصلحة) dari kata *shalaha* (صلاح) dengan penambahan “alif” di awalnya yang secara arti kata berarti “baik” lawan dari kata “buruk”. Ia adalah *mashdar* dengan arti kata (صلاح), yaitu “manfaat” atau “terlepas daripadanya kerusakan”.¹⁰⁵

Pengertian *maṣlahah* dalam bahasa Arab berarti “perbuatan-perbuatan yang mendorong kepada kebaikan manusia”. Dalam artinya yang umum adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik atau menghasilkan seperti menghasilkan keuangan atau kesenangan; atau dalam arti menolak atau menghindarkan seperti menolak kemudharatan atau kerusakan. Jadi setiap yang mengandung manfaat patut disebut *maṣlahah*. Dengan begitu *maṣlahah* itu mengandung dua sisi, yaitu menarik atau mendatangkan kemaslahatan dan menolak atau menghindarkan kemudharatan.¹⁰⁶

Berdasarkan *istqra'* (penelitian empiris) dan *nash-nash* al-qur'an maupun hadits diketahui bahwa hukum-hukum syari'at Islam mencakup di antaranya pertimbangan kemaslahatan manusia. Allah SWT berfirman:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴿١٠٧﴾

“Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.” (QS. Al-Anbiyaa’: 107)¹⁰⁷

Maslahat ini dapat di tangkap jelas oleh orang yang mempunyai mau berfikir (intelektual), meskipun bagi sebagian orang masih dirasa samara tau

¹⁰⁴ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 345.

¹⁰⁵ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 345.

¹⁰⁶ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 345.

¹⁰⁷ Al-hikmah, *Al-qur'an dan terjemahnya*, (Bandung: Cv diponegoro, 2014), hlm. 331.

mereka berbeda pendapat mengenai hakikat masalah tersebut. Perbedaan persepsi tentang masalah itu sebenarnya bermula dari perbedaan kemampuan intelektualitas orang-orang sehingga diketemukan hakikat masalah yang esensial yang terdapat dalam hukum Islam, atau terpengaruh oleh keadaan yang bersifat lokalistik atau personal, sebagaimana sebagian orang yang menganggap adanya masalah tentang di perbolehkannya mengambil “bunga” (tambahan atas pinjaman). Akibatnya, kebolehan mengambil bunga itu dilakukan secara berlebihan (melampaui batas) dan menjadi gejala fenomenal di tengah masyarakat. Mereka beranggapan bahwa bunga tidak termasuk ke dalam pengertian pengertian umum tentang riba yang diharamkan berdasarkan nash al-Qur’an.¹⁰⁸

Dalam mengartikan *maṣlahah* secara definitif terdapat perbedaan rumusan dikalangan ulama yang kalau dianalisis ternyata hakikatnya adalah sama.

- a. Al-Ghazali menjelaskan bahwa menurut asalnya *maṣlahah* itu berarti sesuatu yang mendatangkan manfaat (keuntungan) dan menjauhkan mudarat (kerusakan), namun hakikat dari *maṣlahah* adalah

المُحَافَظَةُ عَلَى مَقْصُودِ الشَّرْعِ

“memelihara tujuan syara’ (dalam menetapkan hukum)”

Sedangkan tujuan syara’ dalam menetapkan hukum itu ada lima, yaitu: memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

- b. Al-Khawarizmi memberikan definisi yang hampir sama dengan definisi al-Ghazali yaitu:

المُحَافَظَةُ عَلَى مَقْصُودِ الشَّرْعِ بِدَفْعِ الْمَفَاسِدِ عَنِ الْخَلْقِ

“memelihara tujuan syara’ (dalam menetapkan hukum) dengan cara menghindarkan kerusakan dari manusia”

Definisi ini memiliki kesamaan dengan punya al-Ghazali dari segi arti dan tujuannya, karena menolak kerusakan itu mengandung arti menarik kemanfaatan, dan menolak kemaslahatan berarti menarik kerusakan.

¹⁰⁸ Muhamad Abu Zahrah, *Ushul Fiqih*, Terj. Saefullah Ma’shum Dkk, (Jakarta: PT. Pustaka Firdaus, 1994), Cet. 1, hlm. 423-424.

- c. Al-'Izz ibn Abdi al-Salam dalam kitabnya *Qawa'id al-Ahkam*, memberikan arti *maṣlaḥah* dalam bentuk hakikinya dengan “kesenangan dan kenikmatan”. Sedangkan bentuk *majazi*-nya adalah “sebab-sebab yang mendatangkan kesenangan dan kenikmatan” tersebut. Arti ini didasarkan bahwa pada prinsipnya ada empat bentuk manfaat, yaitu: kelezatan dan sebab-sebabnya serta kesenangan dan sebab-sebabnya.¹⁰⁹

Dari beberapa definisi tentang *maṣlaḥah* dengan rumusan yang berbeda dapat disimpulkan bahwa *maṣlaḥah* itu adalah sesuatu yang dipandang baik oleh akal sehat karena mendatangkan kebaikan dan menghindarkan keburukan (kerusakan) bagi manusia, sejalan dengan tujuan *syara'* dalam menetapkan hukum.¹¹⁰

2. Macam-Macam *Maṣlaḥah*

Dalam membicarakan *al-maṣlaḥah* sebagai dalil hukum, pada umumnya ulama lebih dahulu meninjaunya dari segi ada atau tidaknya kesaksian *syara'* (*syahadah asy-syar'i*) terhadapnya baik kesaksian tersebut bersifat mengakui atau melegitimasinya sebagai *al-maṣlaḥah* ataupun tidak.¹¹¹ Kekuatan *maṣlaḥah* dapat dilihat dari segi tujuan *syara'* dalam menetapkan hukum, yang berkaitan secara langsung atau tidak langsung dengan lima prinsip pokok bagi kehidupan manusia kepada lima hal tersebut.

- a. Dari segi kekuatannya sebagai hujah dalam menetapkan hukum, *maṣlaḥah* ada tiga macam, yaitu: *maṣlaḥah dharuriyah*, *maṣlaḥah hajiyyah*, dan *maṣlaḥah tahsiniyah*.
- 1) *Maṣlaḥah dharuriyah* adalah kemaslahatan yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh kehidupan manusia: artinya, kehidupan manusia tidak punya arti apa-apa bila satu saja dan prinsip yang lima itu tidak ada. Segala usaha yang secara langsung menjamin atau menuju pada keberadaan lima prinsip tersebut adalah *bail* atau *maṣlaḥah* dalam

¹⁰⁹ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 346-347.

¹¹⁰ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 345.

¹¹¹ Abdul Rahman Dahlan, *Ushul Fiqh*, (Jakarta: Amzah, 2011), Cet. 2, hlm. 207.

- tingkat *dharuri*. Karena itu Allah memerintakan manusia melakukan usaha pemenuhan kebutuhan pokok tersebut. Segala usaha atau tindakan yang secara langsung menuju apa atau menyebabkan lenyap atau rusaknya satu diantara lima unsur pokok tersebut adalah buruk, karena itu Allah melarangnya. Meninggalkan dan menjauhi larangan Allah tersebut adalah baik atau *maṣlahah* dalam tingkat *dharuri*. Dalam hal ini Allah melarang murtad untuk memelihara agama, melarang membunuh untuk memelihara jiwa, melarang minum minuman keras untuk memelihara akal, melarang berzina untuk memelihara keturunan, dan melarang mencuri untuk memelihara harta.¹¹²
- 2) *Maṣlahah hajiyah* adalah kemaslahatan yang tingkat kebutuhan hidup manusia kepadanya tidak berada pada tingkat *dharuri*. Bentuk kemaslahatannya tidak secara langsung bagi pemenuhan kebutuhan pokok yang lima (*dharuri*), tetapi secara tidak langsung menuju arah kearah sana seperti dalam hal memberi kemudahan kebutuhan hidup manusia. *Maṣlahah hajiyah* juga jika tidak terpenuhi dalam kehidupan manusia tidak sampai secara langsung menyebabkan rusaknya lima unsur pokok tersebut, tetapi secara tidak langsung memang mengakibatkan kerusakan. Contohnya adalah menuntut ilmu agama untuk tegaknya agama, makan untuk kelangsungan hidup, mengasah otak untuk sempurnanya akal, melakukan jual beli untuk mendapatkan harta.¹¹³
- 3) *Maṣlahah tahsiniyah* adalah *maṣlahah* yang kebutuhan hidup manusia kepadanya tidak sampai tingkat *dharuri*, juga tidak sampai tingkat *hajiyah*, namun kebutuhan tersebut perlu dipenuhi dalam rangka memberi kesempurnaan dan keindahan bagi hidup manusia.¹¹⁴

¹¹² Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 348-349.

¹¹³ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 349.

¹¹⁴ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 350.

b. Dari adanya keserasian dan kesejajaran anggapan baik oleh akal itu dengan tujuan *syara'* dalam menetapkan hukum, ditinjau dari maksud usaha mencari dan menetapkan hukum, *maṣlaḥah* itu disebut juga dengan *munasib* atau keserasian *maṣlaḥah* dengan tujuan hukum. *Maṣlaḥah* dalam artian *munasib* itu dari segi pembuat hukum memerhatikannya atau tidak, *maṣlaḥah* terbagi kepada tiga macam, yaitu:

1) *Maṣlaḥah al-mu'tabarah*, yaitu *maṣlaḥah* yang di perhitungkan oleh *syar'i*. Maksudnya, ada petunjuk dari *syar'i*, baik langsung maupun tidak langsung, yang memberikan petunjuk pada adanya *maṣlaḥah* yang menjadi alasan dalam menetapkan hukum. Dari langsung tidak langsungnya petunjuk (dalil) terhadap *maṣlaḥah* tersebut, *maṣlaḥah* terbagi dua:

a) *Munasib mu'atstsir*, yaitu ada petunjuk langsung dari pembuat hukum yang memerhatikan *maṣlaḥah* tersebut. Maksudnya, ada petunjuk *syara'* dalam bentuk *nash* atau *ijma* yang menetapkan bahwa *maṣlaḥah* itu di jadikan alasan dalam menetapkan hukum.

Contohnya yang menunjuk langsung kepada *maṣlaḥah*, umpamanya tidak baiknya mendekati perempuan yang sedang haid dengan alasan haid itu adalah penyakit. Hal ini di sebut *maṣlaḥah* karena menjauhkan diri dari kerusakan atau penyakit. Alasan adanya penyakit yang dikaitkan dengan larangan mendekati perempuan, disebut *munasib*. Hal ini ditegaskan dalam surat *al-Baqarah* (2): 222.¹¹⁵

وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الْمَحِيضِ قُلْ هُوَ أَذَىٰ فَاعْتَزِلُوا النِّسَاءَ فِي الْمَحِيضِ
وَلَا تَقْرَبُوهُنَّ حَتَّىٰ يَطْهُرْنَ فَإِذَا تَطَهَّرْنَ فَأْتُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ أَمَرَكُمُ
اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ ﴿٢٢٢﴾

“Mereka bertanya kepadamu tentang haidh. Katakanlah: "Haidh itu adalah kotoran". Oleh sebab itu hendaklah kamu menjauhkan diri dari wanita di waktu haidh; dan janganlah kamu

¹¹⁵ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 351.

mendekati mereka, sebelum mereka suci. Apabila mereka telah suci, maka campurilah mereka itu di tempat yang diperintahkan Allah kepadamu. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang taubat dan menyukai orang-orang yang mensucikan diri.” (QS. Al-Baqarah: 222).¹¹⁶

- b) *Munasib mulaim* yaitu tidak ada petunjuk langsung dari *syara'* baik dalam bentuk *nash* atau *ijma* tentang perhatian *syara'* terhadap *maṣlahah* tersebut, namun secara langsung tidak ada. Maksudnya, meskipun *syara'* secara langsung tidak menetapkan hukum yang disebutkan, namun ada petunjuk *syara'* bahwa keadaan itulah yang ditetapkan *syara'* sebagai alasan hukum yang sejenis. Umpamanya adalah berlanjutnya perwalian ayah terhadap anak gadisnya itu “belum dewasa” ini menjadi alasan bagi hukum yang sejenis dengan itu, yaitu perwalian dalam harta milik anak kecil. Dan lain-lain.
- 2) *Maṣlahah al-Mulghah* atau *maṣlahah* yang ditolak, yaitu *maṣlahah* yang dianggap baik oleh akal, tetapi tidak diperhatikan oleh *syara'* dan petunjuk *syara'* yang menolaknya. Hal ini berarti akal menganggapnya baik dan telah sejalan dengan tujuan *syara'*, namun ternyata *syara'* menetapkan hukum yang berbeda dengan apa yang dituntut oleh *maṣlahah* itu.
- 3) *Maṣlahah al-mursalah* atau yang juga biasa disebut *Istislah*, yaitu apa yang dipandang baik oleh akal, sejalan dengan tujuan *syara'* dalam menetapkan hukum, namun tidak ada petunjuk *syara'* yang memperhitungkannya dan tidak ada pula petunjuk *syara'* yang menolaknya.¹¹⁷

3. Arti *Maṣlahah Mursalah*

Maṣlahah mursalah terdiri dari dua kata yang berhubungan keduanya dalam bentuk sifat *maushuf*, atau dalam bentuk khusus yang menunjukkan

¹¹⁶ Al-hikmah, *Al-qur'an dan terjemahnya*, (Bandung: Cv diponegoro, 2014), hlm. 35.

¹¹⁷ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 354.

bahwa ia merupakan bagian dari *al-maṣlaḥah*. *Al-mursalah* (المرسلة) adalah isim maf'ul (objek) dari *fi'il madhi* (kata dasar) dalam bentuk *tsulasi* (kata dasar yang tiga huruf), yaitu رسل, dengan penambahan huruf alif di pangkalnya, sehingga menjadi ارسل. Secara etimologis (bahasa) artinya terlepas, atau dalam arti bebas. Kata terlepas atau bebas bila digabungkan dengan kata *maṣlaḥah* maksudnya adalah terlepas atau bebas dari keterangan yang menunjukkan boleh atau tidak boleh dilakukan.¹¹⁸

Ada beberapa rumusan definisi yang berbeda tentang *maṣlaḥah mursalah* ini, namun masing-masing memiliki kesamaan dan berdekatan pengertiannya. Di antara definisi tersebut ialah:

- a. Al-Ghazali dalam kitab *al-mustasyfa* merumuskan *maṣlaḥah mursalah* sebagai berikut:

مَا لَمْ يَشْهَدْ لَهُ مِنْ الشَّرَعِ بِالْبُطْلَانِ وَلَا بِالْإِعْتِبَارِ نَصٌّ مُعَيَّنٌ

“Apa-apa (*maṣlaḥah*) yang tidak ada bukti baginya dari syara' dalam bentuk nash tertentu yang membatalkannya dan tidak ada yang memerhatikannya.”

- b. Al-Syaukani dalam kitab *Irsyad al-fuhul* memberikan definisi:

الْمُنَاسِبُ الَّذِي لَا يَعْلَمُ أَنَّ الشَّرْعَ أَلْغَاهُ أَوْ اِعْتَبَرَهُ

“*Maṣlaḥah* yang tidak diketahui apakah syar'i menolaknya atau memperhitungkannya.”

Maṣlaḥah mursalah tersebut dalam beberapa literature disebut dengan “*maṣlaḥah muthlaqah*”, ada pula yang menyebutnya dengan “*munasib mursal*”, juga ada yang menamainya dengan *al-istislah*. Perbedaan penamaan ini tidak membawa perbedaan pada hakikat pengertiannya.¹¹⁹

4. Syarat-syarat menggunakan *Maṣlaḥah Mursalah*

- a. *Maṣlaḥah mursalah* itu adalah *maṣlaḥah* yang hakiki dan bersifat umum, dalam arti dapat diterima oleh akal sehat bahwa ia betul-betul

¹¹⁸ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 354.

¹¹⁹ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 356.

mendatangkan manfaat bagi manusia dan menghindarkan mudarat dari manusia secara utuh.

- b. Yang dinilai akal sehat sebagai suatu *maṣlahah* yang hakiki betul-betul telah sejalan dengan maksud dan tujuan *syara'* dalam menetapkan setiap hukum, yaitu mewujudkan kemaslahatan bagii umat manusia.
- c. Yang dinilai akal sehat sebagai suatu *maṣlahah* yang hakiki dan telah sejalan dengan tujuan *syara'* dalam menetapkan hukum itu tidak berbenturan dengan dalil *syara'* yang telah ada, baik dalam bentuk *nash* Al-Qur'an dan sunah, maupun *ijma'* ulama terdahulu.
- d. *Maṣlahah mursalah* itu diamalkan dalam kondisi yang memerlukan, yang seandainya masalahnya tidak diselesaikan dengan cara ini, maka umat akan berada dalam kesempitan hidup, dengan arti harus ditempuh untuk menghindarkan umat dari kesulitan.¹²⁰

Adapun dasar yang menjadikan pedoman perlindungan hak kekayaan intelektual perspektif Islam menuai ketentuan sebagai berikut:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

“Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;” (Qs: Asy-Syu'ara: 183)¹²¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-nisa ayat: 29)¹²²

Hadits :

¹²⁰ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 359-360.

¹²¹ Al-hikmah, *Al-qur'an dan terjemahnya*, (Bandung: Cv diponegoro, 2014), hlm. 374.

¹²² Al-hikmah, *Al-qur'an dan terjemahnya*, (Bandung: Cv diponegoro, 2014), hlm. 83.

عَنْ أَبِي حُمَيْدٍ السَّاعِدِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
لَا يَجِلُّ لِمَرِيٍّ أَنْ يَأْخُزَ عَصَا أَخِيهِ بِغَيْرِ طَيْبِ نَفْسٍ مِنْهُ (رَوَاهُ ابْنُ جِبَّانَ
وَالْحَاكِمُ فِي صَدِيحَيْهِمَا)¹²³

“Dari Abi Humaid As-saidi radhiallahu’anhu bersabda: Rasulullah shalallahu ‘alaihi wasalla: tidak halal bagi seseorang bahwasanya dia mengambil tongkat (harta) saudaranya kecuali dengan kerelaan hatinya.” (Riwayat Ibnu Hibban dan al-Hakim dalam kitab shahih keduanya)

5. Kehujjahan *Maṣlahah mursalah*

Terdapat perbedaan pendapat diantara ulama tentang *maṣlahah mursalah*:¹²⁴

- a. *Maṣlahah mursalah* tidak dapat menjadi hujjah/dalil menurut ulama- ulama syafi`iyyah, ulama hanafiyah, dan sebagian ulama malikiyah seperti Ibnu Hajib dan ahli zahir.
- b. *Maṣlahah mursalah* dapat menjadi hujjah/dalil menurut sebagian ulama imam maliki dan sebagian ulama syafi`i, tetapi harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh ulama-ulama ushul. Jumhur Hanafiyah dan syafi`iyyah mensyaratkan tentang masalah ini, hendaknya dimasukkan dibawah *qiyas*, yaitu bila terdapat hukum *ashl* yang dapat diqiyaskan kepadanya dan juga terdapat *illat mudhabit* (tepat), sehingga dalam hubungan hukum itu terdapat tempat untuk merealisasikan kemaslahatan.

¹²³ Ibnu A Hajar, *Tarjamah Bulughul Marom*, (Bekasi Timur: Imam Adz-Dzahabi, 2009), hlm. 424.

¹²⁴ Rachmat Syafe'i, *Ilmu Ushul Fiqh*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 124.

BAB III

GAMBARAN UMUM KEPATUHAN PEDAGANG BARANG TIRUAN DI PASAR KENDAL

A. Gambaran Umum Pasar Kendal

1. Sejarah Berdirinya Pasar Kendal

Pada awalnya Pasar Kendal berdiri atas usulan masyarakat Kendal yang mengusulkan dibangunnya pasar, sehingga dari pasar desa ke pasar daerah atau pasar tradisional. Pasar ini dibangun diatas tanah peninggalan kolonialisasi pada tahun 1987.¹²⁵

Pada awalnya Pasar Kendal masih memakai welid (pasar yang menggunakan atap jerami dan dindingnya dari anyaman bambu), dengan jumlah pedagang pada saat itu masih sedikit.¹²⁶ Pasar ini sudah mengalami tiga kali perombakan yaitu:

- a. Berupa bangunan inpres, yaitu bangunan yang berasal dari pemerintah daerah dengan dana bantuan dari dana pusat.
- b. Berupa bangunan swadaya masyarakat yang berbentuk tendanisasi, yaitu bangunan yang dibangun oleh masyarakat dengan adanya persetujuan dari Kepala Dinas Kabupaten Kendal dan ditunjuk sebagai koordinator yaitu Kepala Unit Pasar Kendal.
- c. Bangunan swadaya masyarakat berupa ruko dan toko, yaitu bangunan yang dibangun atas persetujuan Kepala Dinas Pasar Kabupaten Kendal yang bekerja sama dengan pihak pengembang ruko. Pembangunan ini dibangun pasca kebakaran.

Adapun Kepala Unit pasar yang dapat teridentifikasi yaitu mulai dari tahun 1987, diantaranya adalah sebagai berikut :¹²⁷

¹²⁵ Wawancara dengan Bapak Sukeri selaku Kepala Unit Pasar Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.

¹²⁶ Wawancara dengan Bapak Sukeri selaku Kepala Unit Pasar Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.

¹²⁷ Dokumentasi Dinas Unit Unit Pasar Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.

Tabel 3.1
Daftar Kepala Unit Pasar Kendal

NO	TAHUN	KEPALA UNIT PASAR
1.	1987	Abdul halim
2.	1991	Sumarto
3.	1993	Sutopo
4.	2000	Dailami
5.	2002	Imadudin
6.	2005	M. Wahidin
7.	2007	M.Ikhsan
8.	2007	Abdul Manaf
9.	2008	Mahmud
10.	2009	M. Ridwan
11.	2011	Handoyono
12.	2012	Suyatno
13.	2013-sekarang	Sukeri

Sumber : Dokumentasi Dinas Unit Pasar Kendal

2. Letak Geografis Pasar Kendal

Pasar Kendal dibangun di desa ngilir di atas lahan seluas 1.349 m² yang disahkan pada Berita Acara Pengukuhan Tanah Pasar kendal Kabupaten Kendal (waktu itu). Berita acara ini dibuat pada tanggal 20 Desember 1992 yang ditandatangani oleh Kepala Dinas Pasar kendal beserta para pamong Desa

ngilir Kecamatan kendal sebagai saksi-saksi. Adapun Pasar Wonosari Kendal mempunyai batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan desa ngilir.
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan masjid kendal.
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan jalan raya.
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan desa desa sjeruk.¹²⁸

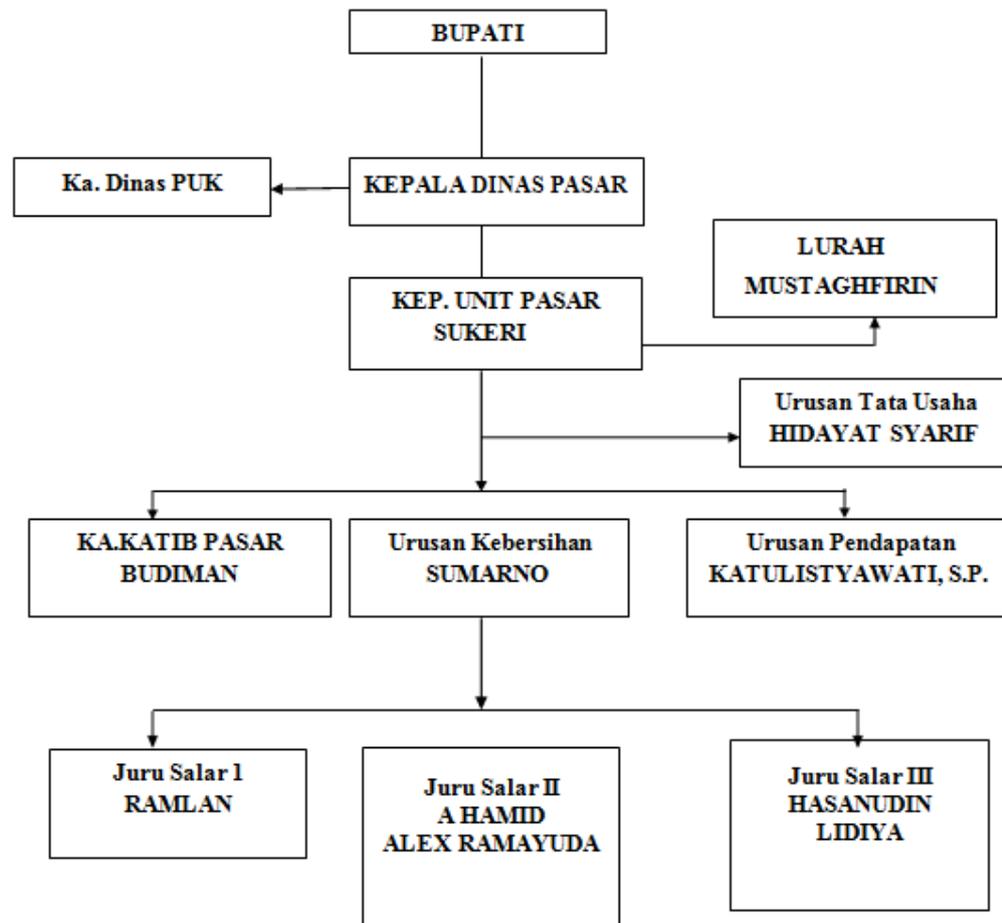
3. Sarana dan Prasarana di Pasar Kendal

- a. Kantor Kepala Unit : 1 unit
- b. Kantor Satpam : 2 unit
- c. Toko, Kios, Los/Impres : 178 unit
- d. Tendanisasi : 325 unit
- e. Gerobak Sampah : 6 unit
- f. Kamar Mandi : 4 unit
- g. Juru Salar : 5 orang
- h. Petugas Kebersihan : 5 orang
- i. Satpam : 4 orang

4. Susunan Kepengurusan Dinas Pasar Kendal

Susunan Organisasi Pengelolaan Pasar Kabupaten Kendal

¹²⁸ Dokumentasi Dinas Unit Unit Pasar Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.



Berdasarkan bagan susunan kepengurusan Pasar Kendal di atas dapat diketahui bahwa pengelolaan Pasar Wonosari Kendal dibawah naungan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kendal. Bupati membawahi Kepala Dinas Pasar dan diawasi oleh Kepala Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten, kemudian Kabid Pasar membawahi Kepala Unit Pasar Sukeri dan diawasi oleh Lurah Ngilir Mustaghfirin. Kepala Unit Pasar membawahi seluruh bagian struktur organisasi Pasar Kendal seperti urusan tata usaha, kepala keamanan dan ketertiban pasar, urusan kebersihan, urusan pendapatan, dan juru salar.¹²⁹

5. Jumlah Pedagang Dilihat dari Jenis Barang yang Diperdagangkan

¹²⁹ Dokumentasi Dinas Unit Unit Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.

Jumlah pedagang dilihat dari jenis barang yang diperjualbelikan dapat dibedakan menjadi :¹³⁰

- | | |
|------------------------|--------------------------------------------------------|
| a. Toko emas | : 7 pedagang |
| b. Toko pakaian | : 24 pedagang |
| c. Toko sembako | : 130 pedagang |
| d. Toko tas | : 8 pedagang |
| e. Toko sepatu | : 27 pedagang |
| f. Toko buku | : 8 pedagang |
| g. Toko pecah belah | : 12 pedagang |
| h. Toko makanan ringan | : 10 pedagang |
| i. Hampanan | : mencapai 200 pedagang sayur dan pedagang baju obral) |

B. Perilaku Pedagang Pasar Kendal

1. Penjualan Barang Merek Palsu di Pasar Kendal

Jual beli yang selalu berkembang dan memiliki peluang salah satunya fashion, misalnya tas. Adanya fashion yang selalu berubah-ubah mengakibatkan produsen berinovasi terhadap karya-karya dan produk terbarunya yang unggul untuk mengikat konsumen. Kondisi seperti ini dimanfaatkan oleh sebagian produsen yang memproduksi produk atau barang tiruan atau palsu yang kemudian didistribusikan kepada para pedagang di pasaran, salah satunya di Pasar Kendal.

Pasar Kendal merupakan pasar tradisional yang menyediakan berbagai macam kebutuhan, seperti pedagang yang menjual tas palsu atau tiruan di Pasar Kendal. Terbukti dari ramainya toko-toko yang menjual tas palsu dengan bermacam-macam merek. Adapun pedagang yang menjual tas palsu tersebut dilihat dari bermacam merek yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2
Pedagang tas di Pasar Kendal

¹³⁰ Dokumentasi Dinas Unit Unit Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.

Nama Toko	Pemilik	Macam-macam merek barang palsu yang dijual
A	Yeni	Guess, Chanel, Pollo, Charles&Keith, Furla
B	Rohmah	Zara, Puma, Hermes, MK, Pollo, Eiger
C	Hanik	Nike, Gucci, Prada, Alto, Reebok, JM Zoey Bag
D	Sumarsono	Vans, Louis Vuitton, Dior, Puma, Adidas
E	Della	Chanel, Zara, Guess, Pollo, Jimmy Choo, Adidas
F	Nardi	Guess, Chanel, Pollo, Charles&Keith, Furla
G	Ima	Zara, Puma, Hermes, MK, Pollo, Eiger
H	Driyo	Nike, Gucci, Prada, Alto, Reebok, JM Zoey Bag
I	Nur	Vans, Louis Vuitton, Dior, Puma, Adidas
J	Nika	Chanel, Zara, Guess, Pollo, Jimmy Choo, Adidas
K	Wasis	Guess, Chanel, Pollo, Charles&Keith, Furla
L	Eva	Zara, Puma, Hermes, MK, Pollo, Eiger
M	Sani	Nike, Gucci, Prada, Alto, Reebok, JM Zoey Bag
N	Eti	Vans, Louis Vuitton, Dior, Puma, Adidas

Sumber : Hasil wawancara kepada pedagang di Pasar Kendal

Dari tabel dapat disimpulkan bahwa penjual menggunakan merek terkenal dalam memasarkan dagangannya untuk menarik minat konsumen. Seperti macam-macam barang palsu yang dijual oleh Ibu Della dengan merek Chanel, Zara, Guess, Pollo, Jimmy Choo, Adidas.

Ibu Hanik menuturkan bahwa tas yang dijual di Pasar Kendal memang khusus untuk yang tiruan atau palsu. Dalam menerima tas merek palsu tersebut merek tas sudah ada sejak tas diperoleh pedagang dari pemasok ataupun sales. Hanya saja ada tambahan aksesoris agar tas lebih menarik dan harganya pun akan berbeda.¹³¹ Ibu Della juga mengatakan bahwa dalam membeli tas tersebut merek tas sudah melekat sejak dibeli, tanpa ada penambahan merek pada tas. Pedagang hanya menjual tas dengan merek yang sudah tertera pada tas.¹³²

Penjual tas menjual barang secara langsung kepada pembeli. Dalam praktik jual beli tersebut pedagang tidak memberikan informasi terkait barang yang dijual. Sebab repot jika harus menjelaskan satu persatu terhadap pembeli. Pedagang akan menjelaskan barang yang dijual jika ada pembeli yang bertanya tentang kualitas dari tas tersebut.¹³³

Barang yang dijual oleh pedagang tas merek palsu atau tiruan didapat dari berbagai pemasok. Pedagang bebas menentukan calon pemasok yang dipilih baik melalui sales maupun dengan berbelanja langsung ke daerah lain. Barang original atau asli tidak bisa masuk begitu saja ke dalam pasar tingkat menengah kebawah. Selain itu, adanya barang palsu atau tiruan sengaja dijual oleh pedagang dengan berbagai alasan, salah satunya untuk mencari keuntungan.

2. Cara Mendapatkan Barang

Banyaknya tas palsu di Pasar Kendal tersebut diperoleh pedagang dari berbagai sumber. Seperti yang dituturkan oleh Ibu Yeni, beliau mendapat tas merek palsu dari rekan kerjanya di toko yang mengambil stock tas di Bogor dengan memesan langsung via internet.¹³⁴ Berkaitan dengan jual beli tas merek palsu pedagang memperoleh tas sesuai dengan keinginan dan kebebasan masing-masing pedagang. Jika pedagang yang mempunyai modal besar

¹³¹ Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹³² Hasil wawancara dengan Ibu Della pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹³³ Hasil observasi di Pasar Kendal, pada tanggal 14 sampai 16 Juli 2020.

¹³⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Yeni pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

mereka biasa memilih untuk belanja sendiri. Seperti yang dilakukan oleh Ibu Rohmah, pemilik 3 toko di Pasar Kendal lebih memilih belanja sendiri ke Jakarta daripada membeli melalui sales yang ada di Pasar Kendal. Dengan belanja sendiri, maka selain bisa memilih macam merek dan bentuk tas, harganya pun juga sangat berbeda sehingga keuntungan akan lebih banyak.¹³⁵

Adapula pedagang yang memperoleh tas merek palsu tersebut dari sales yang ada di Pasar Kendal yaitu Ibu Eva yang berasal dari Pasar Jepara. Hal tersebut sebagaimana dituturkan oleh Ibu Hanik sebagai salah satu pedagang tas di Pasar Kendal berikut, ada pedagang lain yang cukup belanja tas pada orang yang biasa menawarkan disini. Tas tersebut diperoleh dengan cara mendatangi langsung sales tas yang datang ke Pasar Kendal dengan begitu pedagang tinggal memilih tas tanpa harus jauh-jauh dan memerlukan waktu.¹³⁶ Namun tidak menutup kemungkinan bahwa pedagang juga memperoleh tas berasal dari pedagang di Pasar lain. Bapak Sumarsono mengatakan bahwa ia sudah mempunyai langganan pedagang untuk grosir tas di Pasar Godean Jogja yaitu Bapak Kusmanto yang menjual secara grosir kepada pedagang, sehingga jika ingin memesan tinggal datang langsung ke pasar.¹³⁷ Berbeda dengan Ibu Della, yang melihat persediaan tas terlebih dahulu, jika stock tas sudah mulai sedikit maka beliau membeli tas di Pasar Godean Jogja ataupun belanja langsung ke Jakarta apabila sales yang ada belum datang.¹³⁸

3. Kisaran Harga Jual Barang

Harga jual adalah harga pasar yang berlaku ditengah-tengah masyarakat secara aktual, atau harga antar pedagang dengan konsumen atau pembeli. Harga yang diberikan pedagang sangat bervariasi. Rata-rata pedagang memberikan harga berdasarkan pada kualitas yang mereka jual. Namun ada

¹³⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Rohmah pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹³⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹³⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarsono pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

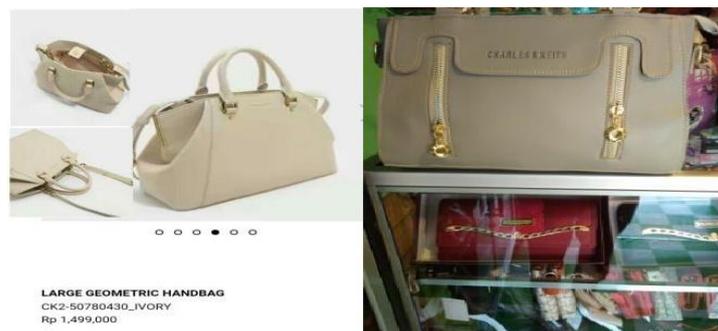
¹³⁸ Hasil wawancara dengan Ibu Della pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

juga pedagang yang memberikan harga berdasar pada pengetahuan barang. Pedagang memberikan harga Rp 175.000 untuk tas slempang ukuran kecil dan harga Rp 500.000 untuk tas merek yang paling mahal dengan kualitas bagus.¹³⁹ Sementara kualitas dari tas dengan harga Rp 175.000 sama dengan harga tas Rp 85.000 jika dibandingkan dengan toko yang lain.¹⁴⁰

Menurut Bapak Sumarsono perbandingan harga dirasa tidak terlalu banyak beliau bisa menjual mulai harga Rp 30.000 - Rp 350.000 yang terpenting beliau masih bisa menjual kembali dengan keuntungan yang ada. Misalnya tas dengan merek Pollo ukuran 33 x 16 x 44 cm dijual dengan harga Rp 250.000 dengan bahan polyster.¹⁴¹ Adapula tas merek Charles & Keith yang dijual di Pasar Wonosari Kendal.

Gambar 3.1

Tas Charles & Keith original dan tas Charles & Keith tiruan



Sumber : www.charleskeith.com

Berdasarkan gambar diatas tas dengan merek Charles & Keith ukuran 36x14x27 dijual di Pasar Wonosari Kendal dengan harga Rp 135.000 yang terbuat dari bahan kulit yang masih tergolong kasar, sedangkan tas yang serupa dengan merek sama dijual Rp 160.000 di toko online.¹⁴² Kedua tas tersebut terbuat dari bahan yang memiliki kualitas rendah. Namun harga yang ditawarkan berbeda. Sementara tas Charles&Keith yang original dijual dengan

¹³⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁴⁰ Hasil observasi di Pasar Kendal, pada tanggal 14 sampai dengan 16 Juli 2020.

¹⁴¹ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarsono pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁴² Hasil wawancara dengan Ibu Della pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

harga Rp 1.499.000. Perbedaan harga tas original dengan tas palsu dirasa sangat mahal bagi masyarakat dengan penghasilan kebawah. Sehingga daya beli masyarakat yang tinggi tidak cukup mampu untuk membeli barang-barang yang asli atau original yang memiliki kisaran harga yang mahal. Harga tas merek palsu yang ditawarkan untuk produk KW 1 yaitu mulai harga Rp 250.000-Rp 500.000, sedangkan untuk KW 2 dijual dengan harga Rp 150 ribuan dan untuk KW 3 dengan harga Rp 50ribuan.

Rata-rata tas merek palsu yang dijual di Pasar Kendal dengan harga paling murah hingga harga termahal berkisar antara Rp 30.000 – Rp 500.000. Sementara itu, tas yang paling laris dicari pembeli adalah tas dengan harga Rp 100.000-Rp 250.000.¹⁴³ Untuk tas yang berkisar Rp 400.000 - Rp 500.000 pedagang tidak terlalu banyak stock karena jarang pembeli. Ada pula tas lokal buatan dalam negeri yang dijual di Pasar Kendal dengan harga jual berkisar Rp 50.000 – Rp 300.000.

Apabila dilihat sekilas memang penampilan sama, akan tetapi apabila dicermati maka akan sangat berbeda terutama dari kualitas bahannya. Untuk itu, pedagang kerap kali memberikan harga tinggi meskipun barang yang dijual tersebut bukan asli.

4. Kualitas Barang Yang Dijual

Syarat yang terkait dengan barang yang diperjualbelikan diantaranya barang yang menjadi obyek transaksi tersebut harus diketahui secara transparan, baik kualitas maupun kuantitasnya. Obyek dalam jual beli di Pasar Kendal adalah tas dengan merek palsu. Tas tersebut sengaja dijual oleh pedagang khusus untuk merek palsu dengan bahan yang kualitas rendah namun tetap memiliki harga jual yang tinggi. Sebab tas yang asli dirasa mahal dan peminatnya lebih dominan pada tas merek palsu.¹⁴⁴ Adapun tas merek palsu memiliki persamaan atau serupa dengan merek dagang tersebut dan

¹⁴³ Hasil wawancara dengan Ibu Yeni, Ibu Rohmah, Ibu Della pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁴⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Yeni pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

penggunaannya menghasilkan keuntungan yang tidak jujur atau merugikan pihak lain.

Menurut Ibu Rohmah, selain menjual tas merek palsu beliau juga menjual tas lokal dalam negeri yang dianggap asli atau ori. Kualitas dari tas lokal memang tidak kalah menarik dari tas yang bermerek. Untuk tas dengan kualitas bagus bahannya sedikit berbeda sehingga harga jual pun berbeda pula.¹⁴⁵ Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Hanik kualitas yang diberikan kepada pembeli rata-rata dengan kualitas rendah. Kualitas rendah juga harganya sama saja dengan tas merek palsu yang kualitas bagus, sama-sama merek palsu pembeli taunya itu barang bagus meski kualitas berbeda.¹⁴⁶ Tidak semua pembeli atau konsumen mengetahui kualitas barang yang mereka beli. Adapun perbedaan kualitas pada tas Prada yang terlihat pada merek asli dengan tiruan seperti pada gambar berikut.

Gambar 3.2

Kualitas tas Prada original dan tas Prada tiruan



Sumber : www.store.prada.com

Perbedaan pada jahitan tas yang kurang rapi dan bahan yang berbeda. Tas asli memiliki struktur yang kokoh dan dijahit dengan benang rangkap dua. Tas asli dengan merek terkenal tidak menggunakan bahan dengan tekstur kasar, biasanya menggunakan kualitas kulit terbaik. Selain itu, pada tas merek asli terdapat nomor seri dan nama merek pada kancing yang mencirikan kualitas barang. Sehingga jika dicermati tas merek asli memiliki kualitas yang berbeda. Bapak Sumarsono menuturkan bahwa ada beberapa klasifikasi terkait dengan

¹⁴⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Rohmah pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁴⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

kualitas tas yang dijual. Kualitas tas terdiri dari KW 1, KW 2, dan KW 3. Untuk KW 1 mempunyai kualitas yang bagus dengan sebutan bahan import yang terbuat dari bahan kulit sintesis terbilang masih kasar. Sedangkan untuk tas KW 2 bahan yang digunakan bukan berupa kulit melainkan plastik dan juga bahan sintetis termasuk dalam kualitas rendah. Untuk tas produk KW 2 ini kualitasnya berada dibawah tas KW 1. Sementara tas KW 3 dengan bahan kualitas lokal biasa dijual dengan harga yang murah tentunya tas tersebut merupakan tas tiruan dengan kualitas yang tidak bagus, baik dari segi bahan dan juga jahitan yang tidak rapih.¹⁴⁷ Adapun kualitas tas yang dijual di Pasar Kendal merupakan kualitas tas KW 2 dan KW 3. Harga yang terjangkau membuat konsumen lebih cenderung memilih tas dengan kualitas rendah.

5. Faktor Pendorong Bagi Pedagang dalam Jual Beli Merek Palsu Di Pasar Kendal

Pada umumnya merek-merek yang sudah terkenal di masyarakat dan barangnya tergolong laris dipasaran menjadi incaran pihak lain untuk ditiru. Motivasinya mereka ingin mendompleng ketenaran merek dan ikut serta meraih keuntungan. Setiap kegiatan manusia ada yang melatar belakangi untuk melakukan hal-hal tersebut, begitu juga yang terjadi pada para pedang tas merek palsu di Pasar Kendal. Ada beberapa faktor pendorong bagi pedagang dalam menjual tas merek palsu di Pasar Kendal . Faktor tersebut terbagi menjadi dua yaitu faktor internal dan eksternal.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, dapat dikategorikan faktor internal. Ibu Della lebih memilih menjual tas merek palsu karena kemampuan modal usaha yang tidak besar, jadi dengan menjual tas merek palsu ini beliau bisa menjual sesuai dengan kebutuhan masyarakat menengah kebawah.¹⁴⁸

Menurut Bapak Sumarsono dan Ibu Yeni, menuturkan bahwa alasan memilih menjual tas merek palsu tersebut karena jenis dan karakteristik barang yang mudah didapat, sehingga pedagang bisa mendapatkan barang dengan

¹⁴⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarsono pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁴⁸ Hasil wawancara dengan Ibu Della pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

proses yang mudah.¹⁴⁹ Sedangkan menurut Ibu Hanik alasan menjual tas merek tiruan karena harga barang yang terjangkau serta lebih menguntungkan. Bagi pedagang keuntungan yang didapat adalah bukti wujud dari usaha atau bisnis selama ini. Sehingga perdagangan yang dilakukan hanya bertumpu pada keuntungan semata. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada pedagang tas dengan merek palsu bahwa pedagang-pedagang tersebut mengetahui harga tas yang asli sangatlah mahal sehingga ia lebih memilih menjual tas merek dengan kualitas rendah.¹⁵⁰

Selain faktor internal, ada pula faktor eksternal pedagang dalam menjual tas merek palsu. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Rohmah alasan beliau menjual tas merek palsu adalah banyaknya permintaan konsumen. Daya beli konsumen untuk membeli tas merek palsu semakin banyak sehingga beliau memanfaatkan peluang yang ada. Referensi kelompok atau orang lain digunakan sebagai pedoman dan acuan dalam pengambilan keputusan. Sebab pelanggan ditoko setiap minggu semakin bertambah sehingga jualnya pun juga gampang. Faktor sosial dan budaya (kebiasaan) juga berpengaruh dalam jual beli tas merek palsu atau tiruan. Untuk itu, omzet penjualan meningkat. Apalagi jika bisa menjual dengan harga tinggi bagi orang yang masih awam jadi keuntungan bisa bertambah banyak. Kalau ditanya membohongi pembeli atau pemilik merek tentang tas merek palsu hanya tahu menjual barang saja dan menguntungkan. Tidak memikirkan hal yang lain atau dampaknya.¹⁵¹ Untuk itu, para pedagang tidak merasa membohongi pemilik merek ataupun pembeli. Sebab mereka menjual berdasarkan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan para konsumen.

Faktor internal yang mendorong pedagang dalam menjual barang palsu terbatas pada modal usaha, jenis dan karakteristik barang yang mudah didapat, harga barang yang terjangkau serta lebih menguntungkan. Penjual bekerja

¹⁴⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarsono dan Ibu Yeni, pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁵⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁵¹ Hasil wawancara dengan Ibu Rohmah pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

sebagai pedagang karena faktor keuntungan, finansial, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan. Selain itu, faktor eksternal karena minat masyarakat terhadap barang bermerek meski palsu sangat tinggi dikarenakan harganya sangat terjangkau sedangkan kualitas barang hampir menyerupai produk aslinya. Adanya referensi kelompok atau orang lain digunakan sebagai pedoman dan acuan, sementara faktor sosial dan kebiasaan juga berpengaruh dalam jual beli tas merek palsu atau tiruan. Hal ini merupakan peluang bagi para pedagang tas merek palsu dalam membaca peluang bisnis.

6. Sikap Pembeli Terhadap Merek Palsu

a. Manfaat yang diperoleh dari tas merek palsu bagi pembeli

Merek telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari sebuah produk dan sebagai salah satu identitasnya. Bagi konsumen atau pembeli, merek digunakan dalam mengadakan pilihan barang yang akan dibeli. Termasuk membeli tas dengan merek palsu. Lutfi yang mengaku pernah membeli tas merek palsu di Pasar Wonosari Kendal menuturkan bahwa manfaat yang diperoleh dari tas tersebut agar bisa sering ganti-ganti tas. “Sebenarnya saya lebih memilih membeli tas yang asli apabila berduit, ujar Lutfi”. Sebab kebanyakan pedagang memainkan harga dalam menjual tas palsu kualitas rendah dengan harga yang mahal. Sehingga tas merek palsu atau tiruan harga Rp 150.000 bisa sama dengan harga Rp 85.000 jadi terkadang susah membedakannya. Untuk tas yang palsu saja terkadang masih bingung dengan perbedaan harganya, apalagi tas yang asli atau original.¹⁵²

Sementara bagi Aghniya dan Umi tas merek palsu atau tiruan bisa bermanfaat untuk menunjang gaya hidup bidang fashion dengan modal yang tidak seberapa. Untuk perbedaan tas asli dengan palsu tidak peduli. Sebab perbedaan keduanya tidak menjadi masalah dalam membeli tas.¹⁵³ Sedangkan Ibu Fitri lebih memilih membeli tas merek palsu dengan

¹⁵² Wawancara dengan Lutfi pembeli tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁵³ Wawancara dengan Aghniya dan Umi pembeli tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

manfaat yang sama dengan barang asli yaitu sebagai kebutuhan untuk menaruh barang-barang jika hendak bepergian, orang lain juga tidak akan peduli barang asli atau bukan yang penting bisa dipakai.¹⁵⁴ Manfaat tas merek palsu juga dirasakan oleh Aziz dan Asfi dengan harga yang terjangkau. Hanya saja tas dengan merek yang palsu terkadang tidak awet dan tahan lama.¹⁵⁵ Menurut Dila bahwa ia pernah ditipu dengan harga tas yang sudah mahal ternyata tidak sesuai dengan asli, sehingga lebih memilih membeli tas yang merek palsu sekalian tidak rugi uang banyak. Terpenting manfaat dari tas tersebut sama, sedangkan perbedaan sekilas terlihat dari bahan namun tidak terlalu paham terkadang itu yang membuat ragu dalam membeli tas merek palsu dengan berbagai jenis kualitas barang.¹⁵⁶

Rata-rata manfaat tas dengan merek palsu atau tiruan memiliki fungsi dan manfaat yang sama sebagai kebutuhan dalam menaruh barang-barang pada saat bepergian, namun selain untuk membawa barang-barang tas dengan merek palsu juga sebagai model gaya mengikuti fashion yang terus berkembang. Sehingga masyarakat yang berpenghasilan menengah kebawah bisa ikut merasakan adanya perkembangan model.

b. Sikap pembeli terhadap peredaran tas merek palsu

Banyaknya peredaran tas bermerek meskipun palsu yang semakin meningkat. Hal tersebut terbukti dari ramainya toko yang menjual tas dengan merek terkenal. Menurut Asfi, jika pemerintah ingin menarik peredaran tas palsu berarti pemerintah juga harus bijaksana dalam mencari solusinya.¹⁵⁷ Bagi sebagian kaum hawa yang peduli tentang penampilan maka fashion dianggap penting apalagi di zaman modern sekarang ini. Sehingga pembeli lebih memilih tas dengan merek palsu dengan harga yang terjangkau guna menunjang penampilan.

¹⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Fitri pembeli tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁵⁵ Wawancara dengan Aziz dan Asfi pembeli tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁵⁶ Wawancara dengan Dila pembeli tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁵⁷ Hasil wawancara dengan Asfi pembeli tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Selain itu, disinggung mengenai perbedaan tas merek asli dengan palsu pembeli merasa mengetahui namun tidak begitu memahami perbedaan keduanya. Tas merek asli dengan palsu perbedaannya hanya sekilas saja, tidak terlalu mencolok. Pembeli cenderung menyamakan produk asli dengan tiruan. Sehingga dalam menentukan harga sering terjerumus dengan harga yang ditawarkan oleh pedagang. Menurut Lutfi, beliau setuju jika peredaran tas merek palsu ini dihentikan dengan alasan lebih baik menjual kualitas saja yang bagus, merek membuat sendiri nantinya kalau memang produk tersebut berkualitas merek lokal pun bisa mengikuti pasaran.¹⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, tidak sedikit pembeli menganggap bahwa tas merek palsu dengan tas original itu sama saja, hampir tidak ada perbedaan dari segi penampilan. Pembeli lebih mementingkan fashion dengan menggunakan merek tas palsu sehingga merasa percaya diri. Mereka berharap peredaran tas merek palsu tidak dihentikan karena akan merugikan banyak pihak. Namun ada juga yang setuju peredaran tas merek palsu dihentikan, agar produk lokal buatan dalam negeri juga dapat mengikuti pasaran. Sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.

¹⁵⁸ Hasil wawancara dengan Lutfi pembeli tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

BAB IV

ANALISIS KEPATUHAN PEDAGANG DI PASAR KENDAL TERHADAP PENJUALAN BARANG BERMEREK TIRUAN

A. Analisis Kepatuhan Pedagang Di Pasar Kendal Terhadap Penjualan Barang Bermerek Tiruan

Pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjualan, usaha kerajinan, atau usaha pertukangan kecil. Pedagang juga bisa di artikan orang yang dengan modal relatif bervariasi yang berusaha di bidang produksi dan penjualan barang atau jasa-jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok masyarakat.¹⁵⁹ Pedagang merupakan pelaku ekonomi yang paling berpengaruh dalam sektor perdagangan karena kontribusinya adalah sebagai penghubung dari produsen ke konsumen. Kesejahteraan seorang pedagang dapat diukur dari penghasilannya, oleh karena itu faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang harus diperhatikan supaya pendapatan pedagang stabil dan kesejahteraannya meningkat sehingga kegiatan jual-beli di pasar tetap berjalan lancar, jumlah pedagang yang ada akan tetap bertahan dan semakin bertambah. Semua orang bisa berdagang jika punya keinginan dan kesempatan, yang mana peluang untuk menjadi pedagang yang sukses sama-sama terbuka. Ada berbagai sifat dan kemampuan yang harus dimiliki pedagang untuk menjadi pedagang yang sukses yang memiliki banyak pelanggan dan mempunyai banyak keuntungan, antara lain:

1. Jujur dan adil;
2. Mengutamakan kualitas;
3. Terbuka dan dekat dengan konsumen dan supplier pedagang dapat dikategorikan menjadi:
 - a. Pedagang grosir, beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran.

¹⁵⁹ Ifani Damayanti, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tinggi Rendahnya Pendapatan Pedagang Kaki Lima", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, (Surakarta: 2011), tidak dipublikasikan.

- b. Pedagang eceran, disebut juga pengecer, menjual produk komoditas langsung ke konsumen. Pemilik toko atau warung adalah pengecer.

Definisi kepatuhan menurut Soerjono Soekanto, ada 4 indikator yang membentuk kepatuhan hukum yang secara berurutan (tahap demi tahap) yaitu:¹⁶⁰

1. Pengetahuan hukum; pengetahuan seseorang.
2. Pemahaman hukum; sebuah informasi yang dimiliki seseorang.
3. Sikap hukum; kecenderungan menolak atau menerima bahwa hukum itu bermanfaat.
4. Pola perilaku hukum; berlaku atau tidak hukum itu di masyarakat.

Mengetahui adanya ketaatan terhadap regulasi, maka tidak dapat sekedar menggunakan ukuran ditaatinya suatu aturan hukum atau perundang-undangan sebagai bukti efektifnya aturan tersebut, tetapi paling tidak juga harus ada perbedaan kualitas efektivitasnya. Semakin banyak warga masyarakat yang menaati suatu aturan hukum atau perundang-undangan hanya dengan ketaatan yang bersifat '*compliance*' atau '*identification*' saja, berarti kualitas efektivitasnya masih rendah; sebaliknya semakain banyak yang ketaatannya '*internalization*', maka semakin tinggi kualitas efektivitas aturan hukum atau perundang-undangan itu.

Dalam hal ini peneliti akan mengkaji sejauh mana pemahaman pedagang di Pasar Wonosari Kendal tentang perlindungan hukum hak merek dan sejauh mana kepatuhan para pedagang dalam mengimplementasikan undang-undang hak merek. Menurut pakar hukum Soerjono Soekanto kepatuhan hukum adalah kesadaran kemanfaatan hukum yang melahirkan bentuk kesetiaan masyarakat terhadap nilai-nilai hukum yang diberlakukan dalam hidup bersama yang diwujudkan dalam bentuk perilaku yang senyatanya patuh terhadap nilai-nilai hukum itu sendiri yang dapat diterima oleh sesama anggota masyarakat.¹⁶¹ Pemahaman hukum jika merujuk kepada teori Soerjono Soekanto tentang kepatuhan hukum, maka kepatuhan hukum adalah suatu bentuk tercapainya nilai-nilai hukum yang ada dalam diri masyarakat, dalam hal ini adalah pedagang di Pasar Wonosari Kendal.

¹⁶⁰ Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 10.

¹⁶¹ Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 11.

Pada penelitian ini, setelah pedagang mengetahui pemahaman hukum terutama pedagang di Pasar Kendal diharapkan para pedagang patuh terhadap hukum. Pada penelitian ini, untuk mengukur pemahaman hukum dan kepatuhan pedagang di Pasar Kendal, peneliti tentunya menggunakan beberapa indikator. Berikut ini indikator yang dipakai untuk mengetahui sejauhmana pemahaman hukum dan kepatuhan hukum tentang hak merek: (1) Pengetahuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; (2) Tentang sanksi hukum dalam menjual produk tiruan.

Berikut ini adalah hasil interview dengan para pedagang di Pasar Wonosari Kendal, sebanyak 14 pedagang yang terdapat menjula barang tiruan.

Tabel 4.1
Daftar Responden

NO	NAMA	PRODUK
1.	Yeni	Tas, Sepatu dan Sandal
2.	Rohmah	Tas dan Topi
3.	Hanik	Tas, Sepatu dan Sandal
4.	Sumarsono	Tas dan Pakaian
5.	Della	Tas dan Jaket
6.	Nardi	Tas, Sepatu dan Sandal
7.	Ima	Tas, Sepatu dan Sandal
8.	Driyo	Tas dan Topi
9.	Nur	Tas dan Pakaian
10.	Nika	Tas, Jaket dan Pakaian
11.	Wasis	Tas, Sepatu dan Sandal

12.	Eva	Tas, Topi dan Jaket
13.	Sani	Tas, Sepatu dan Sandal
14.	Eti	Tas dan Pakaian

Sumber : Data hasil wawancara dengan pedagang.

Tabel 4.2
Data Pemahaman UU MIG

NO	Materi Wawancara	Hasil Kuesioner	
		Mengetahui	Tidak Mengetahui
1.	Pengetahuan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek	4 = 28,6%	10 = 71,4%
2.	Tentang sanksi hukum dalam menjual produk tiruan	6 = 42,8%	8 = 57,2%

Sumber : Data wawancara dengan pedagang.

Jumlah prosentase pedagang yang mempunyai pemahaman hukum adalah: (28,6%). Jadi jumlah pedagang yang tidak mempunyai pemahaman hukum adalah (71,4%). Indikator pertama pedagang adalah Pengetahuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang tertuju dalam pasal 102.

“Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)”¹⁶²

¹⁶² Pasal 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Berkenaan dengan kegiatan perdagangan di lapangan seorang pedagang mengatakan sebagai berikut:

“Untuk saat ini saya hanya menjual tas, sepatu dan sandal, kalau sepatu seperti merek adidas, vans, kickers, catterpillar, polo dan untuk sandal seperti eiger. Produk-produk terkenal seperti ini sangat laris di pasaran, tapi yang paling laris ya nike dan adidas itu. Saya sebenarnya tahu kalau menjual produk tiruan ini ada sanksinya tapi ya tidak tahu sanksi persisnya seperti apa, dari pemerintah di pasar ini, sepengetahuan saya belum ada tindakan terkait hal ini”.¹⁶³

Data dilapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang mengetahui keberadaan undang-undang hak merek yaitu sebanyak 28,6% dan sisanya 71,4% tidak mengetahui. Angka ini menunjukkan bahwa sebenarnya masih banyak pedagang-pedagang di Pasar Kendal, yang mengetahui regulasi-regulasi yang ada, akan tetapi pedagang menghiraukan akan hal itu.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pedagang di Pasar Kendal, salah satunya dengan ibu Hanik yang dimana dia menjual tas, sepatu dan sandal. Ibu Hanik mengatakan, mengetahui akan sanksi menjual sepatu bermerek tiruan, karena produk-produk seperti ini yang lebih laris di pasaran. Berdasarkan teori Soerjono Soekanto kepatuhan hukum adalah kesadaran kemanfaatan hukum yang melahirkan bentuk kesetiaan masyarakat terhadap nilai-nilai hukum. Dengan demikian ini berbeda apa yang terjadi di lapangan, lebih tepatnya di Pasar Wonosari Kendal.

Indikator yang kedua pengetahuan sanksi melanggar Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, adalah

“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”.¹⁶⁴

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

¹⁶³ Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

¹⁶⁴ Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

hak untuk mengkomersilkan, suatu tindakan yang menyalahi regulasi itu sendiri. Berkenaan dengan pengetahuan pedagang tentang mengatakan sebagai berikut.

“Saya hanya menjual tas dan jaket karena yang beli di tempat saya grosiran kebanyakan, merek supreme yang paling laris disini. Kalau terkait Undang-Undangnya tau, tapi kalau terkait isinya saya tidak mengetahui secara persis, karena notabennya saya dulu lulusan S1 manajemen.¹⁶⁵ Terkait penindakan pemerintah setau saya belum pernah ada”.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Ibu Della penjual tas dan jaket di Pasar Kendal mengetahui, tapi tidak ada penindakan dari pemerintah terkait perdagangan barang bermerek tiruan. Pedagang memahami akan undang-undang ini tapi, dorongan dari pemerintah untuk mengimplementasikannya masih kurang, seperti melakukan penindakan ke pasar-pasar.

Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Islam mewajibkan setiap muslim bekerja yang didasarkan iman, etika kerja, dan akhlak Islam. Oleh karena itu, dalam perdagangan perilaku bisnis mendidik agar para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya dengan takwa, sederhana atau rendah hati, melayani dengan baik, dan amanah. Etika bisnis Islam telah mengatur sedemikian rupa tata cara bertransaksi jual beli yang dibenarkan dalam Islam. Kegiatan jual beli atau perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam bidang muamalah, yakni bidang yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia.

Adapun kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pedagang kebanyakan hanya mencari keuntungan semata tanpa mengharap keridhoan Allah SWT, sehingga prinsip ke-Esaan (tauhid) belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah dalam aktivitas. Kesadaran akan Allah hendaknya menjadi sebuah pemicu dalam segala tindakan.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di Pasar Wonosari Kendal bahwa tidak semua pedagang dalam memasarkan barang memberikan informasi terkait kualitas barang yang dijual, sehingga pembeli kerap

¹⁶⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Della pedagang tas di Pasar Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

menyamakan kualitas barang asli dengan tiruan atau palsu sama sebab pembeli hanya mementingkan *fashion* agar menunjang gaya hidup. Pembeli telah mengetahui kondisi barang. Tidak semua pembeli peduli terhadap kualitas. Barang tersebut sengaja dibeli karena harganya yang terjangkau. Dalam hal ini pedagang telah berlaku jujur sesuai prinsip etika bisnis Islam, dimana kondisi barang diketahui oleh pembeli sehingga pembeli tidak merasa tertipu dengan barangnya. Namun ada hal lain yang dilakukan oleh pedagang yang sengaja menambahkan aksesoris pada barang merek palsu yang bertujuan untuk mencari keuntungan yang lebih besar dengan harga jual yang tinggi. Sehingga hal tersebut bertentangan dengan sumpah palsu dalam memasarkan barang dengan meyakinkan konsumen atau pembeli dengan adanya penambahan aksesoris yang mempunyai harga jual yang tinggi.

Berkaitan dengan harga dalam jual beli barang dengan merek palsu atau tiruan di Pasar Wonosari Kendal, pedagang sudah menerapkan prinsip keadilan. Barang bermerek meski palsu sengaja dibeli oleh konsumen karena harganya yang murah. Pedagang tidak menjual barang merek palsu atau tiruan dengan harga barang yang bermerek original atau asli. Sehingga pembeli lebih memilih membeli barang bermerek meski palsu berdasarkan kesepakatan kedua pihak. Namun ada sebagian pedagang dalam memberikan harga berdasarkan pada pengetahuan barang, pedagang yang memberikan kualitas barang yang rendah dengan menjual harga tinggi. Sehingga belum memenuhi prinsip takaran yang baik dan benar dalam perdagangan.

Adapun hubungan antara pelanggan dengan para pemasok yang berlaku timbal balik. Dalam hal ini pedagang sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu kesetiaan/kepatuhan. Terlihat bahwa pedagang menjalin relasi hubungan baik antar pembeli maupun pemasok. I'tikad baik yang dilakukan pedagang dengan melayani pembeli dengan baik. Sehingga tanggapan para pembeli terhadap barang yang dijual akan mendapat kepercayaan dari pembeli.

Prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam merupakan suatu perbuatan yang memiliki resiko, dimana pedagang harus bertanggung jawab terhadap segala bentuk perbuatan yang dilakukannya. Pedagang di Pasar Wonosari Kendal belum

mempunyai rasa tanggung jawab sebab pedagang hanya tahu menjual dan tidak memikirkan dampaknya atau merugikan pemilik merek terkait barang yang dijual. Barang yang diperjualbelikan merupakan barang hasil tiruan yang diproduksi mirip dengan asli, yang dapat membantu pemalsuan merek yang dilakukan oleh produsen.

Berdasarkan cara perolehan barang, dalam hal ini pedagang bebas dalam memilih calon pemasok, namun kebebasan tersebut selama tidak merugikan kepentingan kolektif. Perilaku pedagang sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu kehendak bebas. Dalam hal ini, pedagang memilih jalur distribusi baik dengan cara memperoleh barang secara langsung dari agen maupun dari pemasok yang sudah tersedia tanpa ada paksaan bagi pedagang dalam menentukan cara perolehan barang.

Adapun rukun dan syarat jual beli tersebut sudah memenuhi ketentuan syariat dengan adanya para pihak yang bertransaksi yaitu penjual dan pembeli, barang bahkan akad dalam jual beli tersebut. Pembeli dengan sengaja ingin mencari dan membeli barang dengan merek palsu ditoko yang menjual tas di Pasar Wonosari Kendal. Ijab qabul antara penjual dan pembeli dilakukan atas dasar saling rela dan suka sama suka. Dengan demikian jual beli tersebut dihukumi mubah. Pada praktik jual beli barang merek palsu di Pasar Wonosari Kendal pedagang menjual dengan merek yang sudah tertera pada saat pedagang mendapatkan barang tersebut. Pedagang hanya menjual barang tanpa ada penambahan, merek sudah tertera dan melekat pada tas.

Jika dilihat secara hukum perdagangan dianggap sebagai pelanggaran, artinya ikut membantu dalam praktik jual beli barang palsu yang diproduksi oleh produsen barang palsu. Untuk kategori pelanggaran dimuat dalam pasal 94 Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 yang memperdagangkan barang atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran. Pedagang yang menjual barang palsu atau KW turut andil dalam menyebarluaskan barang palsu yang diproduksi oleh produsen barang palsu. Hal tersebut dapat mengurangi hak-hak pemegang merek dan mendzalimi pemilik merek yang asli. Sebab hasil penjualan pemilik merek asli tentu berkurang dengan adanya produk-produk palsu atau KW yang mirip dengan produk asli.

Keberadaan hak merek dagang yang dianggap sebagai benda, maka jika ada yang menggunakan tanpa seizin pemiliknya dan mengakibatkan kerugian baik secara moril maupun ekonomi hal tersebut tidak dibenarkan dalam Islam yang dianggap dzalim. Hak merek merupakan hak yang harus dilindungi sebagaimana perlindungan harta dan hak milik dalam Islam.

Berdasarkan uraian diatas bahwa pedagang di Pasar Kendal masih belum sepenuhnya mengetahui dan paham mengenai pengetahuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan sanksi hukum dalam menjual produk tiruan. Sehingga mereka belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam. Karena secara umum, siapapun dilarang berbisnis dan memiliki barang-barang hasil dzalim. Baik perbuatan dzalim itu dilakukan dengan cara yang curang, menipu, mencuri, membeli dengan harga rendah atau menjual dengan harga memaksa dan lain-lain.

B. Analisis Kepatuhan Pedagang Barang Tiruan Di Pasar Kendal Dalam Perspektif *Maṣlahah Mursalah*

Dalam kajian teori sebelumnya telah dijelaskan bahwa tujuan diturunkannya syariat Islam yaitu untuk mencapai maslahat bagi seluruh umat manusia serta bertujuan untuk menghilangkan kerusakan. Sedangkan menurut ahli ushul, yang dinamakan *maṣlahah mursalah* ialah kemaslahatan yang tidak ditetapkan hukumnya oleh syara' dan tidak ada dalil yang melarang maupun mewajibkannya.¹⁶⁶ Bagaimana dengan jual-beli barang tiruan? peneliti disini akan mencoba menganalisis satu persatu.

1. Rukun dan Syarat Jual Beli

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

- a. *Bai'* (Penjual)
- b. *Musyitari* (Pembeli)
- c. *Shighat* (Ijab Qabul)

¹⁶⁶ Amin Abdullah, *Menggagas Paradigma Ushul Fiqh Kontemporer*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Press, 2002), h. 234.

d. *Ma'qud 'Alaih* (Benda atau Barang)

Mengenai barang yang diperjualbelikan, dalam rukun jual beli dijelaskan bahwa barang yang dijual harus merupakan hal yang diperbolehkan dijual. Sedangkan jual beli barang merek palsu ini sudah jelas tidak boleh karena barang ini hasil dari pemalsuan merek terkenal. Disini pihak yang paling dirugikan adalah si pemilik merek. Menurut mereka merek sangat penting untuk menjaga kualitas barang yang mereka produksi. Merek sangat berarti bagi mereka karena merek merupakan hasil pemikiran mereka dalam melakukan suatu penemuan. Mereka selalu mengerahkan kecerdasan mereka untuk selalu berinovasi untuk menciptakan suatu produk yang baru. Dari segi materiil, mereka juga rugi karena mereka mendaftarkan mereknya harus mengeluarkan uang jutaan rupiah untuk mengurus nomor pendaftaran ke Dirjen HaKI.

2. Hukum dan Sifat Jual Beli

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

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

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

Dalam jual beli, ada banyak sekali jenis jual beli yang dilarang. Akan tetapi khusus kasus yang diangkat peneliti kali ini peneliti menyimpulkan bahwa jual beli barang merek palsu ini tergolong dalam kategori merampas hak cipta, adalah hal ini hak merek seseorang. Karena hak merek merupakan hak yang harus dilindungi, maka bagi pelaku yang mencurinya itu sama saja

dengan mencuri hak-hak orang lain yang dilindungi. Yang jelas agama Islam melarang segala bentuk kedzaliman dan tindakan yang merugikan orang lain. Hak cipta, dalam hal ini hak merek adalah hak yang diakui syariat maka haram melanggarnya dengan cara memalsu, diperbanyak tanpa izin pemilik merek lalu diperjual belikan tanpa seizin pemilik merek terdaftar. Jika tetap dilakukan sungguh pemalsunya telah mencuri hak orang lain yang akan dipertanggungjawabkan di dunia dan akhirat.

Berdasarkan data yang ada beserta teori-teori *maṣlahah* yang peneliti paparkan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa praktik jual beli barang merek palsu yang marak terjadi khususnya di Pasar Kendal yakni tidak mengandung nilai-nilai kemaslahatan didalamnya. Alasannya adalah:

- a. Kebanyakan orang selaku konsumen pasti menganggap bahwa jual beli barang merek palsu adalah suatu keuntungan bagi mereka. Karena mereka menganggap bahwa dengan adanya tas-tas bermerek harga murah mereka akan merasa lebih *fashionable*, lebih percaya diri, dan mereka percaya bahwa dengan memakai barang *branded* meskipun itu palsu akan membawa mereka kepada kelas sosial yang lebih tinggi. Sedangkan bagi produsen barang merek palsu, mereka adalah pihak yang paling diuntungkan sebenarnya disini. Mereka memanjakan konsumen dengan berbagai macam merek, berbagai model, dan berbagai warna yang menarik padahal itu adalah hasil mereka merampas hak kekayaan orang lain (pemilik merek). Secara ekonomi memang memanfaatkan merek terkenal mendatangkan keuntungan yang cukup besar dan fakta dilapangan membuktikan hal tersebut, selain itu juga didukung oleh daya beli konsumen yang pas-pasan tetapi ingin tampil trendi. Dari sini pula peneliti berkesimpulan bahwa sebenarnya dengan melihat realita seperti ini bukanlah dampak dari kemaslahatan yang diperoleh, tapi dampaknya adalah hanya mengarah pada bentuk pelampiasan nafsu apabila tidak di topang oleh dalil-dalil. Yang paling terdzolimi disini adalah sang pemilik merek. Apalagi di Indonesia seperti yang telah peneliti bahas di point sebelumnya bahwa Indonesia menganut delik aduan, sehingga ketika

pemilik merek tidak mengetahui dan tidak melaporkan kepada pihak berwajib (penegak hukum) bahwa mereknya di palsu dan dijual bebas oleh para produsen yang tidak bertanggungjawab maka jual beli seperti ini akan semakin menjamur.

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

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿١١٩﴾

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

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

وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغَيْرِ مَا كُتِبَ لَهُنَّ فَأَقْدَحْتُمْ لَهُنَّ بُهْتَانًا وَإِثْمًا مُّبِينًا ﴿٥٨﴾

“Dan orang-orang yang menyakiti orang-orang mu'min dan mu'minat tanpa kesalahan yang mereka perbuat, maka sesungguhnya mereka telah memikul kebohongan dan dosa yang nyata.”

Kepatuhan hukum adalah kesadaran demi kemanfaatan hukum yang melahirkan bentuk kesetiaan masyarakat terhadap nilai-nilai hukum yang diberlakukan dalam hidup bersama yang di wujudkan dalam bentuk perilaku yang

senyatanya patuh terhadap nilai-nilai hukum itu sendiri. Kepatuhan sendiri masih bisa dibedakan kualitasnya dalam tiga jenis:

1. Ketaatan yang bersifat *compliance*, yaitu jika seseorang taat terhadap suatu aturan hanya ia takut terkena sanksi.
2. Ketaatan bersifat *identification*, yaitu jika seseorang taat terhadap suatu aturan hanya karena takut hubungan baiknya dengan seseorang menjadi rusak.
3. Ketaatan yang bersifat *internalization*, yaitu jika seseorang taat terhadap suatu aturan benar-benar karena ia merasa aturan itu sesuai dengan nilai-nilai intrinsik yang dianutnya.

Membahas kepatuhan hukum pedagang selalu tidak akan lepas dari informasi produk perdagangan yang diberikan oleh penjual. Menurut hukum Islam tentunya sangat relevan dengan istilah *maṣlaḥah mursalah*, yang merupakan salah satu metode yang dikembangkan oleh ulama' ushul fiqh dalam menginstinbatkan hukum dari *nash*, yaitu suatu kemaslahatan yang tidak ada *nash juz'i* (rinci) yang mendukungnya, dan tidak ada yang menolaknya dan tidak ada pula *ijma'* yang mendukungnya, tetapi kemaslahatan ini didukung oleh sejumlah *nash* melalui cara *istiqra'* (induksi dari sejumlah *nash*).

Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraan. Imam Shatibi menggunakan istilah "*maṣlaḥah*", yang maknanya lebih luas dari sekedar utility atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. *Maṣlaḥah* merupakan tujuan hukum *syâra'* yang paling utama.

Menurut Imam Shatibi, *maṣlaḥah* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini.¹⁶⁷ Ada lima elemen dasar menurut beliau yakni kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nasl*). Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen. Tersebut diatas pada setiap individu, itulah yang disebut *maṣlaḥah*.

¹⁶⁷ Jaih Mubarak, *Kaidah Fiqhiyah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 104.

Kegiatan-kegiatan ekonomi meliputi produksi, konsumsi, dan pertukaran yang menyangkut *maṣlahah* tersebut harus dikerjakan sebagai suatu *religious duty*' atau ibadah. Tujuannya bukan hanya kepuasan di dunia tapi juga kesejahteraan di akhirat. Semua aktifitas tersebut, yang memiliki *maṣlahah* bagi umat manusia, disebut “*needs*” atau kebutuhan. Dan semua kebutuhan ini harus dipenuhi.

Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu keajiban dalam beragama. Adapun sifat-sifat *maṣlahah* sebagai berikut:

1. *Maṣlahah* bersifat subjektif dalam arti bahwa setiap individu menjadi hakim bagi masing-masing dalam menentukan apakah suatu perbuatan merupakan suatu *maṣlahah* atau bukan bagi dirinya. Namun, berbeda dengan konsep utility, kriteria *maṣlahah* telah ditetapkan oleh syariah dan sifatnya mengikat bagi semua individu. Misalnya, bila seseorang mempertimbangkan bunga bank memberi *maṣlahah* bagi dirinya dan usahanya, namun *syâriah* telah menetapkan keharaman bunga bank, maka penilaian individu tersebut menjadi gugur. Jika dikaji lebih dalam mengenai hal ini dapat diartikan bahwa *maṣlahah* tidak berlaku bagi dirinya sendiri, melainkan berlaku demi kemaslahatan semua masyarakat, apabila hal ini ditarik pada kasus mengenai Informasi produk perdagangan yang diberikan oleh pelaku usaha demi kemaslahatan orang banyak yaitu para pembeli maka untuk itu para pelaku usaha harus memberikan informasi yang sejelas-jelasnya sehingga tidak ada kerugian bagi siapapun karena *maṣlahah mursalah* berlaku untuk kemaslahatan semua masyarakat.
2. *Maṣlahah* orang per-orang akan konsisten dengan *maṣlahah* orang banyak. Konsep ini sangat berbeda dengan konsep *pareto optimum*, yaitu keadaan optimal dimana seseorang tidak dapat meningkatkan tingkat kepuasan atau kesejahteraannya tanpa menyebabkan penurunan kepuasan atau kesejahteraan orang lain.
3. Konsep *maṣlahah* mendasari semua aktivitas ekonomi dalam masyarakat, baik itu produksi konsumsi, maupun dalam pertukaran dan distribusi.

Informasi produk perdagangan menurut ajaran Islam termasuk masalah *ijtihadiah*, artinya hukumnya perlu dikaji sedalam mungkin karena tidak dijelaskan di dalam Al-Quran dan As-Sunnah secara jelas. Sehingga, apabila informasi produk perdagangan jika dikaitkan dengan konsep *maṣlaḥah mursalah* sangat relevan karena sebuah informasi jika dikaitkan dengan *maṣlaḥah mursalah* sudah memenuhi syarat-syarat untuk menjadikannya berpedoman kepada *maṣlaḥah mursalah* diantaranya syarat-syarat tersebut jika suatu hal ingin berpedoman kepada *maṣlaḥah mursalah* maka harus memenuhi beberapa syarat yakni sesuatu yang bersifat umum, yang tidak ada dan tidak dijelaskan di dalam Al-Qur'an, As-Sunnah, Ijma, dan Qiyas, sesuatu yang sifatnya tidak samar-samar dan tidak ada dalil yang menolaknya. Dari syarat-syarat berpedoman kepada *maṣlaḥah mursalah*, maka dapat di simpulkan bahwa informasi sangat memenuhi syarat-syarat yang terdapat di dalam *maṣlaḥah mursalah* untuk berpedoman kepada konsep *maṣlaḥah mursalah*, karena sebuah informasi itu bersifat umum, sifatnya pasti sangat dibutuhkan oleh semua masyarakat, tidak ada di dalam Al-Quran, As-Sunnah, Ijma' dan Qiyas, dan tidak ada dalil yang melarang ataupun menolaknya.

Informasi produk perdagangan termasuk dalam hal yang sangat penting bagi pembeli karena hal ini merupakan suatu kewajiban yang harus diberikan oleh penjual terkait produk perdagangannya. Jika permasalahan ini dikaitkan dengan *maṣlaḥah mursalah* yang artinya adalah (kesejahteraan umum), yakni yang dimutlakkan, (*maṣlaḥah* bersifat umum). Menurut istilah *maṣlaḥah* dimana syar'i tidak mensyariatkan hukum untuk mewujudkan *maṣlaḥah* itu, juga tidak terdapat dalil yang menunjukkan atas pengakuan atau pembatalanya. Penjelasan definisi ini menjelaskan, bahwa kejelasan informasi dibutuhkan untuk kesejahteraan para pembeli, supaya tidak mengalami masalah penipuan yang dilakukan oleh pedagang. Artinya mendatangkan keuntungan atau *maṣlaḥah* bagi para konsumen atau pembeli lebih utama karena jika di kaji dari konsep *maṣlaḥah mursalah* yakni meningkatkan kemaslahatan umum (orang banyak) jadi meningkatkan kemaslahatan bagi para pembeli lebih utama daripada mementingkan kemaslahatan pelaku usaha, karena jika kemaslahatan umum (orang banyak) maka yang berlaku didalam orang banyak adalah pembeli karena jumlah pembeli lebih banyak

daripada pelaku usaha sehingga yang dimaksud orang banyak disini adalah pembeli yang perlu ditingkatkan dan dipentingkan kemaslahatannya dan menolak *mudhorot* serta menghilangkan kesulitan dari padanya (pembeli). Hal tersebut sesuai dengan syarat diperbolehkannya mengacu kepada konsep *maṣlahah mursalah*, yaitu :

1. *Maṣlahah* itu bersifat umum, bukan untuk kepentingan pribadi.
2. Hukum yang ditetapkan berdasarkan *maṣlahah* itu tidak bertentangan dengan hukum atau prinsip yang telah ditetapkan oleh nash atau ijma'.
3. *Maṣlahah mursalah* hanya berlaku dalam masalah mu'amalah dan adat kebiasaan, bukan pada bidang ibadah.

Dari penjelasan diatas bahwasanya sangat jelas jika kepatuhan pedagang terhadap informasi mengenai produk perdagangan yang diberikan oleh para penjual kepada para konsumen termasuk dalam kategori ijtihad dalam *maṣlahah mursalah*, karena tidak ada dalil secara rinci yang mengaturnya, namun didalam fiqh muamalah disebutkan bahwa ada beberapa bentuk transaksi jual beli yang tidak sesuai dengan hukum Islam, yaitu salah satunya adalah jual beli yang mengandung unsur-unsur penipuan dan penghianatan, baik karena ketidakjelasan dalam objek jual beli atau ketidakpastian dalam cara pelaksanaannya. Hukum jual beli ini adalah haram, tidak pasti dalam objek, baik barang atau uang atau cara transaksinya itu sendiri. Dari pernyataan diatas apabila dikaitkan dengan kasus diatas mengenai kepatuhan pedagang terhadap kejelasan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi barang (barang tiruan) maka hal itu sangat dilarang dan diharamkan oleh agama Islam. Karena *maṣlahah mursalah* merupakan kemaslahatan bersama, jadi apabila pembeli dirugikan atau ditipu oleh penjual maka hal tersebut juga tidak sejalan dengan pengertian *maṣlahah mursalah*, karena hal tersebut tidak mendatangkan kemanfaatan bagi pembeli melainkan hanya mendatangkan kerugian bagi para pembeli.

Menurut pendapat para ahli, *maṣlahah* dalam term *mashalih al-mursalah* adalah *al-muhafazhah 'ala maqasid al-syari'ah* (memelihara/melindungi maksud-maksud hukum syar'i). Para ulama telah menyepakati bahwa *maqashid al-syari'ah* ada lima hal, yakni:

1. *Al-muhafazhah 'ala al-dini* (menjaga/memelihara keselamatan agama), yaitu menghindari timbulnya fitnah dan keselamatan dalam agama serta mengantisipasi dorongan hawa nafsu dan perbuatan-perbuatan yang mengarah kepada kerusakan secara penuh.
2. *Al-muhafazhah 'ala al-nafsi* (menjaga/memelihara keselamatan jiwa), yaitu jaminan keselamatan atas hak hidup yang terhormat dan mulia. Termasuk dalam cakupan pengertian umum ini adalah jaminan keselamatan nyawa, anggota badan dan terjaminnya kehormatan kemanusiaan.
3. *Al-muhafazhah 'ala al-'aqli* (menjaga/memelihara keselamatan akal), yaitu terjaminnya akal fikiran dari kerusakan yang menyebabkan orang yang bersangkutan tak berguna di tengah masyarakat, sumber kejahatan atau bahkan menjadi sampah masyarakat.
4. *Al-muhafazhah 'ala al-nasli* (menjaga/memelihara keselamatan keturunan), yaitu jaminan kelestarian populasi umat manusia agar tetap hidup dan berkembang baik budi pekerti serta agamanya.
5. *Al-muhafazhah 'ala al-mali* (menjaga/memelihara keselamatan harta), yaitu meningkatkan kekayaan seseorang secara proporsional melalui cara-cara yang halal, bukan mendominasi kehidupan perekonomian dengan cara yang dhalim dan curang.

Setiap segala sesuatu yang mengandung makna pemeliharaan/penjagaan terhadap kelima *maqashid al-syari'ah*, dinamakan *maṣlahah*; sedangkan segala sesuatu yang menghilangkan kelima *maqashid al-syari'ah*, dinamakan *mafsadah*. Menolak/menghilangkan *mafsadah* berarti *maṣlahah*, bukan pada persoalan ibadah karena tidak berubah-ubah.

Dari pemaparan kelima bentuk *maqasid syariah* diatas apabila hal tersebut dikaitkan dengan kasus kepatuhan pedagang terhadap jual beli barang tiruan mengenai kejelasan informasi terkait produk perdagangan yang tidak sesuai dengan kondisi barang yang diperjual-belikan maka hal ini sangat sinkron dengan point kelima yakni *Al-muhafazhah 'ala al-mali* (menjaga/memelihara keselamatan harta). Yaitu meningkatkan kekayaan seseorang secara proporsional melalui cara-cara yang halal, bukan mendominasi kehidupan perekonomian dengan cara yang

dlazim dan curang. Setiap segala sesuatu yang mengandung makna pemeliharaan/penjagaan terhadap kelima *maqashid al-syari'ah*, dinamakan *maṣlahah*. Dari pengertian diatas sudah jelas bahwa menjaga harta sangat dianjurkan dalam hukum Islam karena untuk menjamin kehidupan para umat. Jadi jika para pedagang melakukan manipulasi data dan manipulasi yang lainnya dalam perdagangan kepada konsumen yang salah satunya adalah mengenai kejelasan informasi terkait produk perdagangan maka hal ini sudah sangat jelas tidak sesuai dengan *maqasid syari'ah* yakni *al-muhafazhah 'ala al-mali*. Karena, dalam kasus tersebut penjual atau pedagang merugikan para pembeli dengan membeli produk yang tidak sesuai dengan informasi yang ada. Maka secara jelas hal tersebut mengandung transaksi yang tidak sehat dan tidak halal yang sangat dilarang oleh agama.

Dalam prinsip jual beli menurut hukum Islam terdapat beberapa etika bertransaksi, salah satunya adalah bertransaksi dengan jujur, yaitu dengan menggambarkan barang dagangan dengan sebetul-betulnya tanpa ada unsur kebohongan ketika menjelaskan jenis, macam, sumber, dan biayanya. Secara kasat mata kita memahami bahwa jual beli yang tidak didasari dengan kejujuran maka hal itu sangat merugikan bagi para pihak khususnya para pembeli, hukum Islam telah mengatur semua hal-hal yang termasuk semua hal yang berkaitan dengan perdagangan. Apabila kasus diatas mengenai informasi terkait produk perdagangan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli tidak sesuai dengan kondisi barang yang sebenarnya. Maka hal itu tidak sesuai dengan etika transaksi menurut hukum Islam yakni tidak adanya kejujuran mengenai kondisi barang. Apabila hal ini dikaitkan dengan *maṣlahah mursalah* yang artinya adalah kemaslahatan bersama, maka kasus diatas tidak memiliki kemaslahatan bersama karena dalam hal ini kemaslahatan hanya dimiliki oleh para penjual, sedangkan pembeli tidak memiliki kemaslahatan karena adanya ketidak jujuran yang diberikan oleh penjual mengenai informasi produk perdagangan kepada para pembeli. Jadi bila hal ini disesuaikan dengan *maṣlahah mursalah* maka para pelaku usaha harus dengan jujur memberikan informasi dan penjelasan kepada para pembeli mengenai kondisi dan jumlah produk perdagangannya, sehingga pembeli tidak tertipu dengan sebuah

informasi, jika hal tersebut terlaksana maka terciptalah kemaslahatan seperti yang dimaksud dalam konsep *maṣlahah mursalah* bagi para pembeli yang memiliki hak untuk dilindungi.

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

Maṣlahah juga berarti manfaat atau suatu pekerjaan yang mengandung manfaat. Apabila dikatakan bahwa perdagangan itu suatu ke-*maṣlahahan* dan menuntut ilmu itu suatu ke-*maṣlahahan*, maka hal tersebut berarti bahwa perdagangan dan menuntut ilmu itu penyebab diperolehnya manfaat lahir dan batin. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sumarsono pedagang tas, pakaian dan sepatu bermerek tiruan seperti converse, vans, ripcurl dan adidas. Berjualan seperti ini merupakan sebuah ladang rizki untuk menghidupi keluarga, tentu hal ini suatu kegiatan positif. Tentu dalam perdangan ada aturan-aturan. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Sumarsono tidak pernah ada peninjauan dari pemerintah terkait penjualan barang-barang bermerek tiruan dan tidak mengetahui kalau ada sanksi di balik praktek perdagangan barang tiruan. Di sini ada pihak yang dirugikan dengan adanya praktik perdagangan barang tiruan sehingga tidak tercapainya sebuah kemaslahatan. Mayoritas orang Indonesia beragama Islam yang dimana Islam adalah agama *rahmatan lil 'alamin*, artinya Islam merupakan agama yang membawa rahmat dan kesejahteraan bagi seluruh alam semesta, termasuk hewan, tumbuhan dan jin, apalagi sesama manusia. *Maṣlahah mursalah* juga menjadi kajian dalam permasalahan ini, pemahaman yang baik terhadap hukum Islam akan menjadikan masyarakat, terutama pedagang di Pasar Wonosari Kendal bisa mendorong patuhnya masyarakat terhadap hukum.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang berhasil dihimpun oleh peneliti dalam judul skripsi “Analisis Kepatuhan Pedagang Barang Tiruan Di Pasar Kendal dalam Perspektif Masalah Mursalah”, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara hukum dianggap sebagai pelanggaran, artinya ikut membantu dalam praktik jual beli barang palsu yang diproduksi oleh produsen barang palsu. Untuk kategori pelanggaran dimuat dalam pasal 94 Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 yang memperdagangkan barang atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran. Pedagang yang menjual barang palsu atau KW turut andil dalam menyebarkan barang palsu yang diproduksi oleh produsen barang palsu. Hal tersebut dapat mengurangi hak-hak pemegang merek dan mendzalimi pemilik merek yang asli. Sebab hasil penjualan pemilik merek asli tentu berkurang dengan adanya produk-produk palsu atau KW yang mirip dengan produk asli. Selain itu mayoritas pedagang mengetahui sanksi hukum, melakukan praktik perdagangan barang bermerek tiruan namun menghiraukan hal itu, karena minimnya penindakan dari pihak terkait.
2. Tinjauan Masalah terhadap kepatuhan pedagang terhadap jual beli barang tiruan beremerek di Pasar Kendal adalah praktik jual beli tas barang tiruan yang marak terjadi khususnya di Pasar Kendal ini yang tidak mengandung nilai-nilai *maṣlahah*. Karena *maṣlahah* adalah perbuatan yang mendatangkan kebaikan, mendatangkan manfaat selamanya bagi khalayak umum maupun individu. Sikap hukum para pedagang Di Pasar Kendal yang meliputi jual beli baju, topi, sepatu, tas dan lain-lain, belum menunjukkan sikap positif terhadap implementasi perlindungan hak merek, karena kurangnya pengetahuan pedagang terhadap Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek. Di

karenakan kurangnya sosialisasi dan penegakan hukum dari dinas terkait. Dalam hal ini tentunya tidak mengandung kemaslahatan, karena ada pihak yang dirugikan yaitu pemegang hak merek. Oleh sebab itu Imam al-Ghazali mengemukakan bahwa pada prinsipnya *maṣlaḥah* adalah mengambil manfaat dan menolak kemudharatan dalam rangka memelihara tujuan-tujuan syariat. Kepatuhan pedagang terhadap kejelasan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi barang (barang tiruan) maka hal itu sangat dilarang dan diharamkan oleh agama Islam. Karena *maṣlaḥah mursalah* merupakan kemaslahatan bersama, jadi apabila pembeli dirugikan atau ditipu oleh penjual maka hal tersebut juga tidak sejalan dengan pengertian *maṣlaḥah mursalah*, karena hal tersebut tidak mendatangkan kemanfaatan bagi pembeli melainkan hanya mendatangkan kerugian bagi para pembeli.

B. Saran

1. Implementasi kepatuhan pedagang di Pasar Kendal dilakukan jauh dari regulasi yang ada di Republik Indonesia oleh sebab itu harus ada pengawasan dari pemerintah yang terkait dan juga kesadaran hukum bagi para pedagang, khususnya pedagang di Pasar Kendal dengan itu pedagang dan pihak pemerintah yang terkait selalu terintegasi dan menjadi kemaslahatan dengan semua pihak.
2. Pedagang Pasar Kendal untuk senantiasa mengupayakan terciptanya komunikasi yang baik dengan *customer* oleh sebab itu penjual diusahakan berdagang dengan regulasi yang ada.
3. Dalam praktik jual beli hendaknya perilaku pedagang dalam menjalankan bisnis atau berdagang berpegang teguh pada prinsip etika bisnis Islam dalam kondisi bisnis apapun. Hal tersebut dikarenakan, bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan berupa materi, namun juga memperoleh barokah atas rezeki yang telah didapat.

C. Penutup

Puji syukur alhamdulillah yang patut dipersembahkan kepada Allah S.W.T. yang dengan karunia dan rahmatnya telah mendorong penyusun hingga dapat menyelesaikan penelitian yang sederhana ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad S.A.W.

Demikian penyusunan Skripsi sebagai tugas akhir dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) dalam Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) ini dibuat. Penyusun memahami bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan yang harus dibenahi untuk menuju proses penyesuaian hinggamendekati kesempurnaan. Dalam hubungan ini sangat didasari bahwa tulisan ini dari segi metode dan materinya jauh dari kata sempurna. Namun demikian tiada gading yang tak retak dan ingin memeluk gunung tapi apa daya tangan tak sampai serta tiada usaha besar akan berhasil tanpa diawali dari yang kecil. Untuk itu saran dan kritik konstruktif sangat penyusun harapkan. Harapan saya semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penyusun dan para pembaca yang budiman pada umumnya. Terimakasih.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdul Aziz Muhammad Azzam. 2014. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah
- Abdul Rahman Dahlan. 2011. *Ushul Fiqh*. Jakarta: Amzah, Cet. 2,
- Abdulkadir Muhammad. 2001. *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Abu Abdullah Ahmad ibn Muhammad ibn Hanbal ibn Hilal ibn Asad as-Saibani, *Musnad Ahmad*, Juz 37, (Kairo: Mawqi' Wizarah al-Awqaf al Misriyah, t.th), h. 217, hadis ke-17728.
- Abu Abdullah Muhammad ibn Yazid al-Qazuwaini wa Majah, *Sunan ibn Majah*, Juz 7, (Kairo: Mawqi' Wizarah al-Awqaf al Misriyah, t.th), h.10, Hadis ke 2269.
- Abu Bakar Jabir Al-Jazairi, *Minhajul Muslim (Panduan Hidup Menjadi Muslim Kaffah)*, cet. Ke-1 (Solo: Pustaka Arafah, 2014)
- Adiwarman A.Karim. 2004. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Darul Haq
- Afzalur Rahman. 1995. *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid II. Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf
- Agustina Dewi Nugraheni. 2015. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris Wajib Pada Wajib Pajak Di Kota Magelang)", *Skripsi*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ah Mansur dkk "Model Pengajaran Karakter Kejujuran Menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi (Studi Inovasi Pembelajaran di Pondok Pesantren Al-Azhaar Lubuklinggau)", *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 5:1, (Juli 2016)
- Al-hikmah. 2014. *Al-qur'an dan terjemahnya*. Bandung: Cv diponegoro
- Amin Abdullah. 2002. *Menggagas Paradigma Ushul Fiqh Kontemporer*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Press
- Amir Syarifuddin. 2008. *Ushul Fiqh*, Jilid ke-2. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Burhanudin. 2010. *Hukum Bisnis Syariah*. Yogyakarta :UII Press
- Chairuman Pasaribu, Suhrawardi K. Lubis. 2004. *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika
- Comy Setiawan. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif-Jenis, Karakter, dan Keunggulannya*, Jakarta: Grasindo
- Departemen Agama RI. 2015. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV. Diponegoro
- Depdikbud. 1996. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Balai Pustaka

- Dumairi Nor, *Ekonomi Syariah Versi Salaf*, (Sidogiri, tt) Endang Purwaningsih, *Perkembangan Hukum Intellectual Property Rights Kajian Hukum terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual dan Kajian Komparatif Hukum Paten*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005).
- Eri Purnawati. 2016. “Implementasi Penggunaan SPP (*Subject Specific Pedagogy*) Tematik Integratif Untuk Menanamkan Tanggung Jawab, Kerja Keras, dan Kejujuran”, *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar*
- Erma Wahyuni. 2006. *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, Yogyakarta: YPAPI
- Fadila Adelin, “Ini Perbedaan KW Grade Ori, KW Super, KW 1 Kamu Harus Tau”, dalam www.brilio.net diunduh pada 27 Agustus 2020.
- Farid Ma'ruf, “Hukum Barang KW (Tiruan)”, dalam <https://konsultasi.wordpress.com>, diunduh pada 27 Agustus 2020.
- Fatwa Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 1 Tahun 2003.
- Ghufron A.Mas'adi. 2002. *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Hamdan Roziana Am, “Analisis Faktor Keberhasilan Kantin Kejujuran Di SMAN Jakarta Timur”, *Skripsi*, (UIN Syarif Hidayatullah, 2010).
- Harsono Adisumatro. 1990. *Hak Milik Perindustrian*. Jakarta: Akademika Pressindo
- Hery Firmansyah. 2010. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, (Jakarta: Pustaka Yustisia<https://tirto.id/barang-palsu-membuat-rugi-tapi-juga-menghidupi-89R>, diakses pada 24 April 2020 pukul 14:43.
- [https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170608094040-92-220253/ketika-bisnis- barang-bermerk-tergerus-produk-jiplakan](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170608094040-92-220253/ketika-bisnis-barang-bermerk-tergerus-produk-jiplakan), diakses pada 24 April 2020 pukul 14:43.
- Husein Umar. 2002. *Research Methods In Finance And Banking*. Jakarta: PT Grafindo Pustaka Utama
- Ibnu A Hajar. 2009. *Tarjamah Bulughul Marom*, Bekasi Timur: Imam Adz-Dzahabi
- Ifani Damayanti, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tinggi Rendahnya Pendapatan Pedagang Kaki Lima”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, (Surakarta: 2011).
- Imam An-Nawawi. 2013. *Al-Minhaj Syarh Shahih Muslim ibn Al-Hajjaj (Syarah Shahih Muslim)*, Jilid VII, Terj. Darwis, L.C, Jakarta: Darus Sunnah Press
- Imam Mustofa. 2016. *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers
- Ismail. 2013. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- J.L. Kay and KKY Zaichkowsky. 1999. “*Brand Imitasion: do the Chinese Have Different Views?*”, *Asia Pacific Journal of Manajement*
- Khoirul Hidayah. 2017. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press

- Koirul Hidayah, “Kajian Hukum Islam Terhadap Hak Merek Sebagai Obyek Dalam Perjanjian Rahn”, *Jurnal Syariah dan Hukum*, (Malang: UIN Maulana Malik), Volume 6 Nomor 1, Juni 2014
- Lembaran Negara Republik Indonesia Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek.
- M. Quraish Shihab. 2002. *Tafsir Al-Misbah, Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur’an*. Jakarta: Lentera Hati
- Ma’ruf Amin et.al, *Himpunan Fatwa, Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*, (Jakarta: Erlangga, 2011)
- Mohammad Nadzir. 2015. *Fiqh Muamalah Klasik*. Semarang: CV. Karya Abadi Jaya
- Muhamad Abu Zahrah, *Ushul Fiqih*, Terj. Saefullah Ma’shum Dkk, (Jakarta: PT. Pustaka Firdaus, 1994), Cet. 1,
- Muhamad Firmansyah. 2008. *Tata Cara Mengurus HaKI*, Jakarta: Selatan Transmedia Pustaka,
- Muhammad Ali. 2013. *Fiqh*, Bandar Lampung: Anugrah Utama Raharja
- Muhammad Ismail Yusanto. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Pers
- Muhammad Yusuf Habibi, “Analisis Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pajak (Studi Kasus Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tulungagung)”, *Skripsi*, (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016).
- Nanda Amelia, “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Imitasi”, *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2016)
- Nasrun Haroen. 2007. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama
- Nizaruddin, *Fiqh Muamalah 1*, (Yogyakarta: Idea Press, 2013) cet.1,
- OK. Saidin. 2004 *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Pasal 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Rachmat Syafe’i. 2004. *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia
- Rahmat Syafei. 2001. *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia
- Richard Burton Simatupang. 2007. *Aspek Hukum dalam Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta
- Ronna Novy Yosia, “Perlindungan Hukum Atas Hak Kekayaan Intelektual Khususnya Merek di Indonesia,” *lex et Societatis*, 8 (September, 2014)
- Ronny Hanitijo Soemitro. 1998. *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia

- Rozalinda. 2016. *Fikih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Saidin. 2013. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta, PT. Raja Grafindo
- Salih al-Fauzan. 1998. *Fiqh Sehari-hari*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Shobirin, “Jual Beli Dalam Pandangan Islam”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3 No. 2, Desember 2015
- Soerjono Soekanto. 2004. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Soeryodiningrat. 1975. *Pengantar Ilmu Hukum Merek*, Jakarta: Pradnya Paramitha
- Sugiyono. 2008. *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta
- Suhrawardi K. Lubis. 2000. *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika,
- Sulaiman Rasjid. 2004. *Fiqh Islam*, Bandung, Sinar Baru Algesindo
- Tim Lindsey dkk. 2013. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung: Alumni
- Tim Penyusun Pusat Kamus. 2017. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, Jakarta: Balai Pustaka
- Undang-Undang No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
- Vebrina Sari, “Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Badan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pasca Kebijakan Fasilitas Pengurangan Kebijakan Tarif Pph Di Kpp Pratama Jakarta Di Kebayoran Lama”, *Skripsi*, (Depok: Universitas Indonesia, 2012).
- Yahya Harahap. 1996. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Yazid Afandi. 2009. *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Logung Pustaka
- Zaky Ahmad Fahreza. 2011. *Menginstal Jujur*, Klaten: Etos Publishing

Wawancara

- Dokumentasi Dinas Unit Unit Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.
- Dokumentasi Dinas Unit Unit Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.
- Dokumentasi Dinas Unit Unit Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.
- Dokumentasi Dinas Unit Unit Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.
- Hasil observasi di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 14 sampai 16 Juli 2020.
- Hasil observasi di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 14 sampai dengan 16 Juli 2020.
- Hasil wawancara dengan Asfi pembeli tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.
- Hasil wawancara dengan Bapak Sumarsono dan Ibu Yeni, pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Bapak Sumarsono pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Bapak Sumarsono pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Bapak Sumarsono pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Bapak Sumarsono pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Della pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Della pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Della pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Della pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Della pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Hanik pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Rohmah pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Rohmah pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Rohmah pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Yeni pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Yeni pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Yeni, Ibu Rohmah, Ibu Della pedagang tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Lutfi pembeli tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Hasil wawancara dengan Sumarsono pada tanggal 25 April 2020 pukul 08.00 WIB, selaku pemilik kios di Pasar Wonosari Patebon Kendal.

Hasil wawancara dengan Yeni pada tanggal 25 April 2020 pukul 08.30 WIB, selaku pemilik kios di Pasar Wonosari Patebon Kendal.

Wawancara dengan Aghniya dan Umi pembeli tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Wawancara dengan Aziz dan Asfi pembeli tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Wawancara dengan Bapak Sukeri selaku Kepala Unit Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.

Wawancara dengan Bapak Sukeri selaku Kepala Unit Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 14 Juli 2020.

Wawancara dengan Dila pembeli tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Wawancara dengan Ibu Fitri pembeli tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

Wawancara dengan Lutfi pembeli tas di Pasar Wonosari Kendal, pada tanggal 15 Juli 2020.

LAMPIRAN

WAWANCARA

Wawancara Dengan Pemilik Toko Bu Rohmah

1. Sejak kapan toko anda berdiri? Thn 2012
2. Produk-produk apa saja yang dijual oleh toko anda? Tas, Asecoris wanita, Fashion Wanita
3. Berapa orang pekerja di toko anda? Hanya 1 (anak saya)
4. Berapa pendapatan yang diperoleh perhari dalam penjualan di toko anda? Tidak tentu, 300-400rb
5. Barang apa saja yang paling diminati oleh pembeli? Tas
6. Apakah anda mengetahui tentang kualitas barang yang diperjualbelikan? . Tentu tau, saya juga memakai sendiri
7. Apakah anda selalu menjelaskan kepada pembeli terhadap baik buruknya barang dagangan yang dijual? Tidak selalu, jika pembeli bertanya saja
8. Pernahkah anda menjual dengan harga yang murah terhadap barang dagangan yang kualitasnya rendah? Pernah
9. Bagaimana cara anda dalam memasarkan barang dagangan? apakah menjunjung tinggi kejujuran? Harus jujur, Membuka lapak saja, kadang anak saya posting di media sosialnya.
10. Apakah anda memberikan informasi terkait barang tiruan yang diperjualbelikan? Jika pembeli bertanya
11. Berapa besar minat konsumen untuk membeli barang tiruan? Sangat berminat
12. Apakah ada konsumen yang komplain dengan kualitas barang tiruan? Biasanya iya jika kualitasnya buruk

Wawancara Dengan Pemilik Toko Bu Della

1. Sejak kapan toko anda berdiri? Tahun 2016
2. Produk-produk apa saja yang dijual oleh toko anda? Tas, Baju dan Celana.
3. Berapa orang pekerja di toko anda? Tidak ada
4. Berapa pendapatan yang diperoleh perhari dalam penjualan di toko anda? 100 -300 ribu
5. Barang apa saja yang paling diminati oleh pembeli? Tas dan Baju
6. Apakah anda mengetahui tentang kualitas barang yang diperjualbelikan? Mengetahui
7. Apakah anda selalu menjelaskan kepada pembeli terhadap baik buruknya barang dagangan yang dijual? Iya

8. Pernahkah anda menjual dengan harga yang murah terhadap barang dagangan yang kualitasnya rendah? Pernah
9. Bagaimana cara anda dalam memasarkan barang dagangan? apakah menjunjung tinggi kejujuran? Sebelum memasarkan, mencoba sendiri, agar lebih tau kwalitasnya secara langsung

Wawancara Dengan Pembeli Barang Tiruan Aghniya

1. Apakah anda mengetahui keaslian barang yang diperjualbelikan oleh toko? Saya mengetahui
2. Apakah anda membeli barang karena kebutuhan atau karena kualitas? Karena kebutuhan
3. Barang apa saja yang biasa anda beli di toko ini? sepatu
4. Apakah anda menyukai barang tersebut? Saya menyukai
5. Apakah anda tahu tentang kualitas barang tersebut? Saya tau kualitasnya
6. Manfaat apa yang anda dapatkan dengan membeli barang tiruan tersebut? Mendapat harga lebih murah
7. Apakah selama anda membeli barang tiruan tersebut mendapatkan masalah? pernah
8. Adakah resiko terhadap pembelian barang tiruan tersebut? Tidak tahan lama

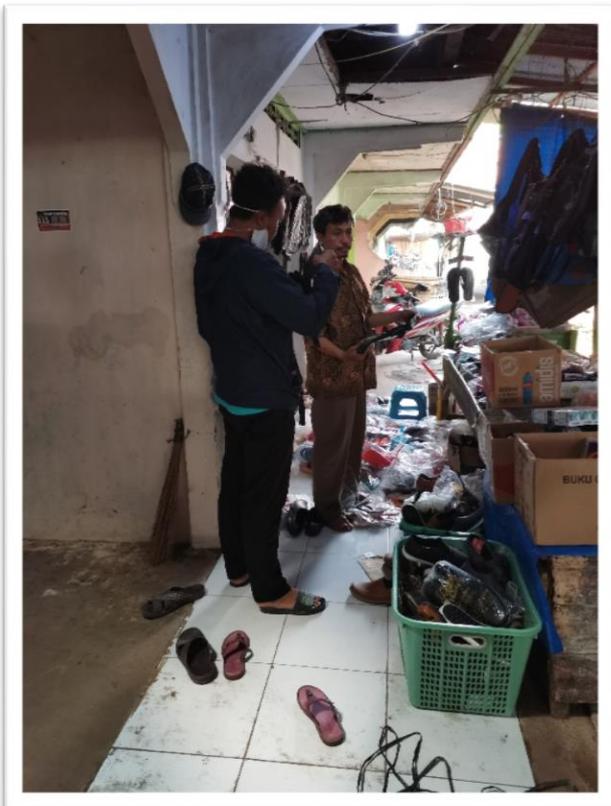
Wawancara Dengan Pembeli Barang Tiruan Aziz

1. Apakah anda mengetahui keaslian barang yang diperjualbelikan oleh toko? Saya mengetahui
2. Apakah anda membeli barang karena kebutuhan atau karena kualitas? Saya membeli barang karena kebutuhan tapi juga melihat kualitas barangnya
3. Barang apa saja yang biasa anda beli di toko ini? Sepatu, kaos, celana
4. Apakah anda menyukai barang tersebut? Iya sangat menyukai
5. Apakah anda tahu tentang kualitas barang tersebut? Saya tau kualitasnya
6. Manfaat apa yang anda dapatkan dengan membeli barang tiruan tersebut? Iya kalau manfaatnya barangnya terlihat bagus seperti aslinya tapi dengan harga yang lebih murah
7. Apakah selama anda membeli barang tiruan tersebut mendapatkan masalah? tidak
8. Adakah resiko terhadap pembelian barang tiruan tersebut? Tidak

1. Pasar Desa Wonosari



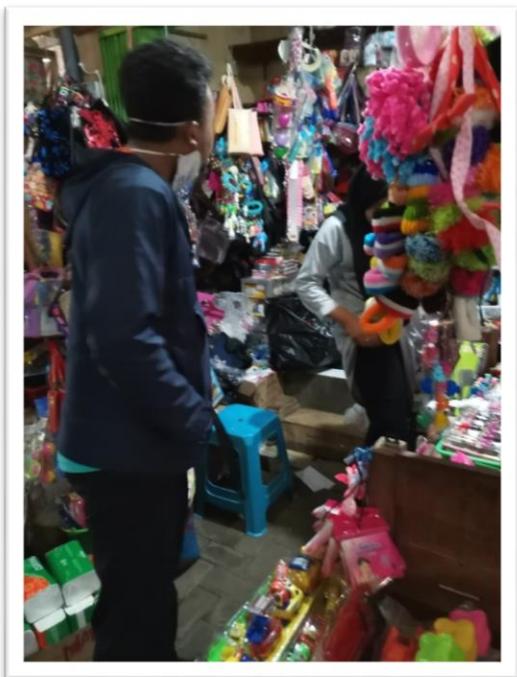
2. Kios Pak Sumarsono



3. Kios Bu Hanik



4. Kios Bu Yeni



5. Kios bu Della



6. Kios Bu Rohmah



BIODATA MAHASISWA

Nama : Arief Mahmudi
Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 09 Oktober 1996
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat : RT 03 RW 02 desa Bangunrejo Kec. Patebon Kab. Kendal
Handphone/Whatsapp : 089624161414
Email : ariefmahmudi1996@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

- 2002 – 2008 MI NU 40 Bangunrejo
- 2008 – 2011 MTs N Kendal
- 2011 – 2014 MA Negeri Kendal

PENGALAMAN ORGANISASI

- 2016 JQH EL-FASHYA
- 2017 HMJ HES
- 2015 – 2017 FORSHEI Uin Walisongo Semarang

Semarang, 11 Desember 2020
Penulis,

Arief Mahmudi
NIM.1502036161