

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Sejarah Merek

Pada bagian ini akan dilukiskan seputar perjalanan sejarah merek secara hipotesis banyak yang berpendapat sejarah merek bermula sejak manusia mengenal hak milik kekayaan pribadi atau kelompok. Dapat diperkirakan, berkembangnya pengenalan dan pengertian manusia akan hak milik perorangan (*Personal Property*) atau hak milik komunal (*Komunal Property*), mengangkat derajat dan peran merek, semakin penting. Akan tetapi yang paling kuat mendorong perkembangannya, sangat berkaitan dengan *Personal Property*.

Sejak masa Neolitikum, manusia sudah mulai mengenal merek. Gambar lukisan Bison yang tertera pada dinding goa dapat dikatakan sebagai awal mula penggunaan tanda-tanda sebagai dasar pengertian dan pengidentifikasian suatu objek materi budaya.

Banyak pendapat yang mengemukakan, untuk menelusuri penelitian merek, berkaitan erat dengan perkataan "*Brand*" yakni "*Nama*" atau "*Tanda*" yang ditorehkan terhadap suatu barang tertentu. Cara pentorehannya dibuat dengan besi yang dipanaskan (*Made with hot iron*). Jadi merupakan cetakan stempel besi yang ditorehkan kepada suatu barang setelah besi stempel dipanaskan lebih dulu (*Iron Stamp*).

Berdasarkan pendapat ini, perkataan merek yang berasal dari perkataan “*Brand*” bersama dengan khazanah bahasa Anglo – Saxon yang diambil dari kata kerja (verb) “*to burn*” (membakar). Sehubungan dengan itu tanda yang diterakan sebagai nama merek suatu barang yang berkembang pada masa modern sekarang, merupakan warisan yang diturunkan secara langsung dari praktik “*Brand*” masa lalu.¹

Perlu diingat, ringkasan jalur waktu yang ditampilkan adalah dari sudut pandangan perkembangan umum diseluruh dunia, dari dulu sampai sekarang dia merupakan catatan yang bersifat linier secara umum dari waktu ke waktu, sesuai dengan tempat yang dilaluinya. Tidak berupa ringkasan perkembangan yang terdapat suatu negara atau kawasan tertentu.

1. Zaman Purba: Branding

Mula-mula corak merek dimulai dengan cap atau “*Branding*” pada hewan peliharaan. Pada masa ini sebelum manusia pandai baca tulis, keberadaan merek masih dalam bentuk , “tanda design”. Bentuk yang seperti ini berlangsung berabad-abad. Sebagai contoh lukisan pada dinding di mesir purba. Lukisan pada goa di bagian Barat Daya Eropa. Diperkirakan digambar pada zaman batu (Stone age). Zaman perunggu (Bronze Age), terjadi perkembangan. Antara

¹ Syprianus Aristeus , “ *Perlindungan Merek terkenal sebagai Aset Perusahaan*” (Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2010), hal.59

lain pada Masa 1300-1200 S.M lebih tepatnya pada masa Perdagangan Harappa dan Masa 35 S.M -265 yaitu merek Fortis.²

2. Masa abad pertengahan

Masa abad pertengahan (medieval era) bagi kalangan masyarakat eropa selalu digelari dengan abad kegelapan (Dark Ages). Yang mereka ambil dasar sebagai patokan ialah keadaan eropa yang suram, terbelakang dan miskin pada saat itu. Mereka tidak mau membuka mata melihat belahan dunia lain. Padahal pada abad pertengahan dikenal sebagai peradaban tinggi diberbagai kawasan.

3. Masa 1226 : Compulsory Marketing Law Barker di Inggris

Pada tahun ini ada peristiwa penting di Inggris, sehubungan dengan dikeluarkannya peraturan yang “memaksa” tukang roti harus memakai merek (*Compulsory Marketing Law Barter*). Inilah sejarah peruundang-undangan pertama di bidang merek yang bersifat memaksa atau “*Coplusory*”. Dalam undang-undang ini ditentukan setiap tukang roti, mestti membuat merek yang layak pada setiap roti yang diproduksi atau dijual, jika timbangan salah, kemudian hal itu diketahui, dia dinyatakan melakukan kesalahan.³

4. Masa Abad 14 :Lahirnya Gilda

² *Ibid*, hal. 69.

³ *Ibid*, hal. 71

Munculnya gilda pada awal abad -14. Gilda merupakan lembaga pengawas terhadap kelompok pengrajin. Yang memaksa anggota nesti memakai merek pada barang yang diproduksi (*compulsory production mark*) yang bertujuan untuk memantapkan pertanggungjawaban pihak produsen atas mutu barang yang diperdagangkan. Merek yang dikembangkan pada masa gilda merupakan cikal bakal pertumbuhan merek yang dikenal pada masa modern sekarang. Ada beberapa peristiwa penting pada abad 14 antara lain : tahun 1300 adanya multiple mark lahir di inggris dimana tahun ini mengeluarkan Undang-undang yang menjamin perusahaan pandai emas atau (*goldsmith company*) yang sehubungan dengan pemakaian merek. Sekitar tahun 1355 ada ulasan pertama tentang merek yang diungkapkan oleh seorang profesor di pisa yang bernama hartolus de soxofere dalam karangannya tentang tanda dan senjata. Tahun 1360 wajib memakai tanda resmi perak atau “*hall mark*”. Tahun 1374 aturan perbedaan merek di prancis yang menetapkan setiap bengkel besi harus memakai merek yang berbeda.⁴

5. Masa abad 15: merek atas crossbow dan buku

Pada masa ini ditinjau dari segi trademark time line, ada 2 peristiwa yaitu tahun 1425 wajib memakai merek atas crossbow.

⁴ *Ibid*, hal. 73

dibagian lubeck, jerman dikeluarkan hukum baru yang bersifat memaksa, kemudian tahun 1450 merek pada buku (cetakan), setiap penerbit dan percetakan harus memasang merek pada buku yang dicetak yang berupa emblem(simbol) yang ditempatkan pada lembar judul buku yang bersangkutan atau disebut dengan “*colophen*”.

6. Masa abad 16 : pemalsuan merek disamakan dengan pemalsuan uang

Pada permulaan abad ke 16 ditetapkan peraturan di inggris tentang peniruan atau pemalsuan merek. Menurut ketentuan itu, pemalsuan merek : disamakan dengan pemalsuan uang (as the counterfeiting of money) dan diancam dengan hukuman mati (the penalty is death) ⁵

7. Pada periode abad ke 19, dapat ditelusuri peristiwa dibawah ini
 - a. Tahun 1822 : resolusi komite manajemen tentang tembikar
 - b. Tahun 1825 : putusan keadilan tentang daya pembeda
 - c. Tahun 1845 : Undang-undang pertama merek di amerika serikat
 - d. Tahun 1857 : Undang-undang merek pertama di prancis
 - e. Tahun 1860 : ulasan pertama mengenai hukum merek
 - f. Tahun 1862 : Undang-undang merek pertama pendaftaran merek

⁵ *Ibid*, hal. 73-74

- g. Tahun 1868 : Undang-undang pertama Kanada tentang merek
 - h. Tahun 1870 : Undang-undang federal pertama tentang merek dikeluarkan di Amerika Serikat
 - i. Tahun 1875 : trade mark registration act di Inggris
 - j. Tahun 1876 : Undang-undang federal ke 2 di AS tentang merek
 - k. Tahun 1878 : international congress on industrial property di Paris.
 - l. Tahun 1883 : convention of Paris for the protection of industrial property
 - m. Lahir Undang-undang merek Jepang
 - n. Tahun 1885 : lahir merek KODAK
 - o. Tahun 1889 : Jepang menjadi anggota konvensi Paris
 - p. Tahun 1891 : lahir Madrid Agreement
 - q. Tahun 1894 : lahir German Trade Mark Act
 - r. Tahun 1900 : konferensi Brussel⁶
8. Periode abad ke 20

Pada abad periode ke 20 banyak terjadi perkembangan yang patut dicatat antara lain :

- 1) Tahun 1905 : lahir Undang-undang baru di AS
- 2) Tahun 1910 : lahir konvensi Buenos Aires
- 3) Tahun 1911 : konferensi Washington

⁶ *Ibid*, hal. 75-78.

- 4) Tahun 1920 : Undang-undang baru di AS merevisi act 1905
- 5) Tahun 1922 : Jerman menjadi anggota uni madrid
- 6) Tahun 1923 : konferensi santiago
- 7) Tahun 1925 : konferensi den haag
- 8) Tahun 1929 : pan american convention
- 9) Tahun 1930 : Undang-undang merek spanyol
- 10) Tahun 1934 : London act, tahun 1934 sebagai revisi konvensi paris
- 11) Tahun 1935 : lahir HIRPI
- 12) Tahun 1936 : Jerman mengambil revisi den haag
- 13) Tahun 1942 : kasus nishawaka rubber
- 14) Tahun 1947 : lahir lanham act di AS
- 15) Tahun 1950 : Undang-undang registrasi merek di RRC
- 16) Tahun 1957 : perkembangan merek di Turkey, India dan konvensi nice
- 17) Tahun 1958 : botol scotch whiskey, lisbon agreemen
- 18) Tahun 1959 : perkembangan di Itali dan jepang
- 19) Tahun 1961 : ICC mengeluarkan MODEL LAW
- 20) Tahun 1962 : perkembangan merek uni soviet dan konvensi beneluxe
- 21) Tahun 1965 : undang-undang merek baru Prancis, dan model LAWBIRPI

- 22) Tahun 1967 : WIPO lahir
- 23) Tahun 1969 : Undang-undang merek baru di brasil
- 24) Tahun 1970 : Undnag-undang merek hongaria dan the andean peact⁷
- 25) Tahun 1971 : the francu-italian agreemen
- 26) Tahun 1873 : konverensi Wina, dan draft convention for a europian trade mark
- 27) Tahun 1974 : perubahan nama kantor merek di AS
- 28) Tahun 1975 : pembatasan lisensi Argentina
- 29) Tahun 1979 : pendaftaran merek jasa di jerman
- 30) Tahun 1980 : ECC mengajukan draft pertama
- 31) Tahun 1981 : naerobi treaty
- 32) Tahun 1982 : Undang-undang merek RRC
- 33) Tahun 1986 : house of lord menolak pendaftaran coca cola
- 34) Tahun 1988 : AS mengundang trade mark law revision
- 35) Tahun 1991 : uni soviet menyetujui Undang-undang baru, dan ME menyetujui aturan baru.⁸

B. Perkembangan Merek di Indonesia

Tahun 1961, Undang-Undang Merek kolonial tahun 1912 tetap berlaku sebagai akibat dari penerapan pasal-pasal peralihan dalam Undang -

⁷ *Ibid*, hal.79-84.

⁸ *Ibid*, hal.85-86.

Undang Dasar 1945 dan Undang-Undang RIS 1949 serta Undang-Undang sementara 1950. Undang-Undang merek 1961 merupakan pengganti dari Undang-Undang merek kolonial. Namun Undang-Undang merek 1961 tersebut sebenarnya hanya merupakan ulangan dari Undang-Undang sebelumnya.

Tahun 1992 Undang-Undang Merek baru diundangkan dan berlaku mulai tanggal 1 April 1993, menggantikan Undang-Undang Merek tahun 1961. Dengan adanya Undang-Undang baru tersebut, surat keputusan administratif yang terkait dengan prosedur pendaftaran merek pun dibuat. Berkaitan dengan kepentingan reformasi Undang-Undang merek, Indonesia turut serta meratifikasi Perjanjian Internasional Merek WIPO.

Tahun 1997 Undang-Undang No. 19 Tahun 1992 tentang Merek diubah dengan mempertimbangkan pasal-pasal dari perjanjian internasional tentang aspek-aspek yang dikaitkan dengan perdagangan dari Hak Kekayaan Intelektual(*TRIPs*)/*GATT*. Pasal-pasal tersebut memuat perlindungan atas indikasi asal dan geografis. Undang-undang sebelumnya dimana pengguna merek pertama di Indonesia berhak untuk mendaftarkan merek tersebut sebagai merek.

Tahun 2001 Undang - Undang Merek baru berhasil diundangkan oleh pemerintah. Undang-Undang tersebut berisi tentang berbagai hal yang sebagian besar sudah diatur dalam Undang-Undang terdahulu. Beberapa perubahan penting yang tercantum dalam Undang-Undang No 15 Tahun

2001 Tentang Merek adalah penetapan sementara pengadilan, perubahan delik biasa menjadi delik aduan, peran pengadilan niaga dalam memutuskan sengketa merek, kemungkinan menggunakan alternatif penyelesaian sengketa dan ketentuan pidana yang diperberat.⁹

C. Pengertian Merek

1. Pengertian Merek secara umum

Merek, yaitu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Dari rumusan tersebut, dapat diketahui bahwa merek:

- a. Tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari nama, kata, huruf-huruf, angka- angka, susunan warna tersebut;
- b. Memiliki daya pembeda (distinctive) dengan merek lain yang sejenis;
- c. Digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa yang sejenis.

2. Pengertian Merek menurut Islam

Ulama fiqih kontemporer memasukkan merek ke dalam

⁹ Prof. Tim Lindsey, “*Hak Kekayaan Intelektual*”, cet ke-1 (Bandung: PT. Alumni, 2002), hal, 133.

beberapa kategori: Pertama, merek sebagai harta kekayaan (al-Mal). Para ulama fiqih berbeda pendapat tentang pengertian dan cakupan al-Mal. Ulama mazhab Hanafi membatasi cakupan harta hanya pada barang atau benda, sedangkan mayoritas ulama memperluas cakupannya sehingga tidak terbatas pada benda saja, tapi juga hak-hak (huquq) dan manfa'at (manafi').

Kedua, Merek bisa dijadikan sebagai hak milik (milkiyah). Ia bisa dijadikan sebagai hak milik karena merupakan harta yang bermanfaat dan mendatangkan masalahat bagi perusahaan pemilik maupun bagi konsumen. Apalagi sang pemilik telah mengucurkan tenaga, pikiran, waktu dan dana yang tidak sedikit untuk membuat sebuah merek berikut produk dengan kualitas baik, lalu mempublikasikannya melalui iklan-iklan di televisi, radio, internet dan lain-lain, yang kesemuanya juga membutuhkan biaya. Sebab itu, maka sangat pantas bila jerih payahnya dilindungi dan kepemilikannya terhadap merek diakui.

D. Syarat Pendaftaran Merek

Dalam undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek sebagai Pengganti Undang Undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Merek. Pasal 5 Undang-Undang Merek menegaskan bahwa apabila merek yang hendak didaftarkan mengandung unsur-unsur tertentu tidak dapat didaftarkan oleh kantor merek. Alasan ini dapat

dipahami karena perlindungan merek melalui sistem pendaftaran merek mempunyai tujuan tertentu, antara lain perlindungan pengusaha pemilik merek, perlindungan konsumen, perlindungan masyarakat melalui pencegahan dan penanggulangan segala bentuk persaingan curang, keadilan, ketertiban, dan kepastian hukum. Apabila pendaftaran merek berlawanan dengan tujuan tersebut tentunya perlu dicegah. Undang-Undang Merek memperkenalkan 3 (tiga) jenis merek, yaitu merek dagang (trade mark), merek jasa (service mark), dan merek kombinasi. 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-barang sejenis lainnya.¹⁰ 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-jasa sejenis lainnya. Sedangkan merek kombinasi adalah merek yang digunakan pada barang dan atau jasa dengan karakteristik yang sama, yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya. Merek yang didaftar akan menimbulkan hak eksklusif, yaitu hak yang diberikan negara kepada pemilik merek yang

¹⁰ Muhamad Djumhana, Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori, dan Prakteknya diIndonesia)*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), hal. 11

terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada orang lain untuk menggunakannya.¹¹

Sebelum mengajukan permohonan merek, sangat disarankan agar calon pemohon terlebih dahulu melaksanakan penelusuran (search) pada database merek DJHKI, untuk memperoleh gambaran apakah sudah ada merek yang terdaftar atau lebih dahulu diproses pendaftarannya milik pihak lain, yang memiliki persamaan baik secara keseluruhan maupun pada pokoknya, dengan merek milik calon pemohon.

Jika dari hasil penelusuran diyakini bahwa resiko merek akan tertolak oleh merek yang lebih dahulu didaftar milik pihak lain tidak terlalu mengkhawatirkan, maka pemohon disarankan untuk segera mengajukan pendaftaran merek yang dimaksud.

Dokumen dan persyaratan yang harus dilengkapi saat pengajuan untuk mendapatkan Tanggal Penerimaan adalah:

1. Formulir Pendaftaran Merek yang dibuat rangkap dua, telah diisi lengkap dan ditanda-tangani oleh Pemohon atau Kuasanya;
2. Kelas dan jenis barang/jasa. Satu permohonan merek untuk satu merek di satu kelas, namun tidak terbatas jumlah jenis barang/jasanya.
Kelas dan jenis barang tidak dapat diganti ataupun ditambah setelah

¹¹ Tim Lindsey Dkk, *Hak Milik Intelektual suatu pengantar*; cet ke-6, (Bandung: PT. Alumni, 2011), hal. 28-29

mendapat Tanggal Penerimaan, namun untuk jenis barang dapat dikurangi.

3. Membayar biaya pendaftaran sebesar Rp. 2.000.000,00;
4. Contoh etiket merek sebanyak 3 (tiga) lembar, dengan ukuran minimum 2 x 2 cm dan maksimum 9 x 9 cm;
5. Surat Pernyataan Hak, yang merupakan pernyataan Pemohon bahwa ia memang memiliki hak untuk mengajukan pendaftaran merek tersebut dan akan menggunakan merek yang didaftarkan dalam perdagangan barang/jasa untuk mana merek tersebut didaftar;
6. Surat Kuasa, jika permohonan diajukan melalui Kuasa.

Saat ini permohonan pendaftaran merek juga bisa diajukan secara elektronik (e-filing), namun sejauh ini akses masih belum dibuka secara luas dan hanya terbatas pada Kanwil KemenkumHAM, universitas, dan Konsultan HKI.

Manakala persyaratan minimum (formulir yang diisi lengkap, label merek, pembayaran biaya) sudah terpenuhi, permohonan akan mendapatkan Tanggal Penerimaan. Paling lambat 15 hari setelah Tanggal Penerimaan, permohonan akan diumumkan dalam Berita Resmi Merek, di mana masa Pengumuman akan berlangsung selama 2 (dua) bulan. Selama masa pengumuman tersebut masyarakat berkesempatan

mengajukan keberatan jika merasa merek tersebut tidak dapat didaftar atau harus ditolak pendaftarannya, untuk mana kemudian Pemohon berhak menyampaikan sanggahan atas keberatan tersebut.

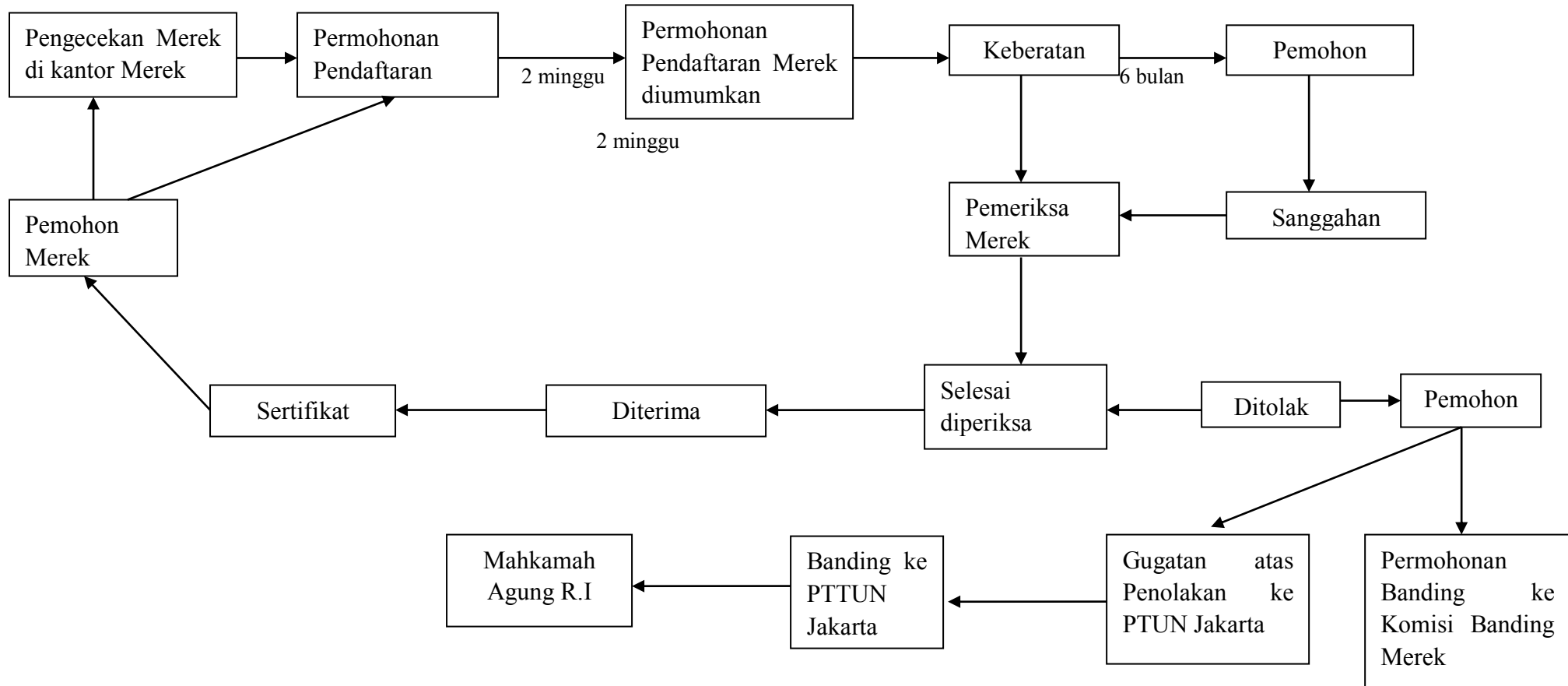
Dalam waktu 30 (tigapuluh) hari setelah berakhirnya masa Pengumuman, atau setelah batas akhir penyampaian sanggahan atas keberatan, permohonan akan memasuki masa Pemeriksaan Substantif. Tahapan ini adalah penentuan apakah suatu merek yang dimohonkan dapat didaftar atau tidak, dan harus diputuskan selambat-lambatnya dalam waktu 150 (seratuslimapuluh) hari sejak dimulainya masa Pemeriksaan Substantif.

Dalam hal merek ditolak untuk didaftar, Pemohon berhak mengajukan banding ke Komisi Banding Merek.

Dalam hal merek disetujui untuk didaftar, DJKI berkewajiban untuk menerbitkan Sertifikat Pendaftaran Merek dalam waktu 15 (limabelas) hari sejak tanggal Pendaftaran Merek.¹²

¹² <http://www.hki.co.id/merek.html> diakses pada hari selasa 16 april 2018 pukul 20.37

PROSES PENDAFTARAN MEREK DI INDONESIA



E. Etika Bisnis Mengenai Pembajakan

Meningkatnya persaingan antara kelompok bisnis menjadikan masing-masing pelaku bisnis meningkatkan daya saingnya melalui peningkatan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) agar tetap bertahan (*survive*) dan meningkatkan kinerja perusahaan (*performance corporate*) secara keseluruhan. Dalam menghadapi persaingan yang terjadi tak jarang ada perusahaan atau kelompok bisnis tertentu yang melakukan pelanggaran etika bisnis. Pelanggaran etika bisnis adalah penyimpangan standar – standar nilai (*moral*) yang menjadi pedoman atau acuan sebuah perusahaan (*manajer dan segenap karyawannya*) dalam pengambilan keputusan dan mengoperasikan bisnis yang etik. Paradigma etika dan bisnis adalah dunia berbeda yang sudah saatnya dirubah menjadi paradigma etika terkait dengan bisnis atau mensinergikan antara etika dengan laba. Justru di era kompetisi yang ketat ini, reputasi perusahaan yang baik yang dilandasi oleh etika bisnis merupakan sebuah *competitive advantage* yang sulit ditiru. Oleh karena itu, perilaku etik penting untuk mencapai sukses jangka panjang dalam sebuah bisnis. Banyak hal yang berhubungan dengan pelanggaran etika bisnis yang sering dilakukan oleh para pebisnis yang tidak bertanggung jawab di Indonesia. Praktek bisnis yang terjadi selama ini dinilai masih cenderung mengabaikan etika, rasa keadilan dan kerap kali diwarnai praktek-praktek tidak terpuji atau *moral hazard*. Masalah etika dalam

bisnis dapat diklasifikasikan kedalam lima kategori yaitu : suap (bribery), paksaan (coercion), penipuan (deception), pencurian (theft), diskriminasi tidak jelas (unfair discrimination).

Dari pembahasan diatas dapat dipastikan bahwa pembajakan merek termasuk kedalam masalah etika bisnis yang menyangkut ke pencurian karena pembajakan bukan hanya menjiplak merek dagang yang memiliki harga saja tetapi juga memperdagangkan, memasarkan dengan bebas tanpa izin dari pemilik merek dagang asli. Selain masuk dalam masalah dalam etika bisnis pemalsuan juga melanggar pada teori etika bisnis, prinsip kejujuran, yaitu :

- Teori Hak Asasi

Teori ini memecahkan dilema-dilema moral dengan terlebih dahulu menentukan hak dan tuntutan moral mana yang terlibat di dalamnya, kemudian dilema-dilema itu dipecahkan dengan berpegang pada hierarki hak-hak. Yang terpenting dalam pendekatan ini adalah bahwa tuntutan-tuntutan moral seseorang yaitu haknya ditanggapi dengan serius. Dalam teori hak ini dibahas tentang sesuatu yang menjadi hak seseorang dan bagaimana hak tersebut harus dihargai. Memang setiap orang memiliki hak atas dirinya, dan orang lain juga harus bersedia menghargai hak setiap orang. Dalam realita penafsiran hak ini menjadi bersifat subjektif, terutama untuk melihat mana yang menjadi hak dan yang tidak menjadi hak. Secara realita disebutkan

bahwa setiap manusia yang lahir diatas muka bumi ini memiliki hak. Dan hak tersebut layak untuk diperoleh dan diperjuangkan. Hak yang harus diperjuangkan adalah hak untuk mendapatkan penghidupan yang layak, seperti mendapat pendidikan, kesejahteraan, pelayanan kesehatan, hukum, dan lain sebagainya. Ketika seseorang diperlakukan secara tidak wajar oleh sebuah perusahaan atau dirugikan maka ia layak untuk menuntut haknya, baik itu secara jalur formal atau nonformal

- Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. *Pertama*, jujur dalam pemenuhan syarat – syarat perjanjian dan kontrak. Dalam mengikat perjanjian dan kontrak tertentu, semua pihak secara prioritas saling percaya satu sama lain, bahwa masing masing pihak tulus dan jujur dalam membuat perjanjian dan kontrak itu dan kontrak lebih dari itu serius serta tulus dan jujur melaksanakan janjinya. *Kedua*, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Dalam bisnis modern penuh persaingan, kepercayaan konsumen adalah hal yang paling pokok. Maka, sekali pengusaha menipu konsumen, entah melalui iklan, entah melalui pelayanan yang tidak etis sebagaimana di gambar – gemborkan, konsumen akan dengan

mudah lari ke produk lain. *Ketiga*, jujur dalam hubungan kerja internal dalam suatu perusahaan. Omong kosong bahwa suatu perusahaan bisa bertahan jika hubungan kerja dalam perusahaan itu tidak dilandasi oleh kejujuran, jika karyawan ditipu oleh atasan dan sebaliknya atasan terus – menerus ditipu oleh karyawan. Maka, kejujuran dalam perusahaan justru adalah inti dan kekuatan perusahaan itu. Sikap jujur merupakan kesinkronan antara apa yang ada di hati dengan perbuatan.¹³

F. Hak Cipta dalam tinjauan Syariah

Hak cipta dalam khazanah Islam kontemporer dikenal dengan istilah *حق الإبتكار (Haq Al-Ibtikar)*. Kata ini terdiri dari dua rangkaian kata yaitu *lafadz "haq"* dan *"al-ibtikar"*. Di antara pengertian dari *"haq"* adalah kekhususan yang dimiliki oleh seseorang atau sekelompok orang atas sesuatu. Dalam ruang lingkup *haq alibtikar* (hak cipta) maka lafadz *"haq"* adalah kewenangan atau kepemilikan atas suatu karya cipta yang baru diciptakan (*alibtikar*). Kata *إبتكار (ibtikaar)* secara etimologi berasal dari bahasa Arab dalam bentuk *isim mashdar*. Kata kerja bentuk lampau (*fi'il madhi*) dari kata ini adalah *إبتَكَرَ ibtakara* yang berarti menciptakan. Jika dikatakan *الشيء ابتكر (ibtakara alsyai'a)* berarti "Ia telah menciptakan sesuatu

¹³ Ahmad Hasan Asari, "Analisis Etika Bisnis Islam dalam Marketing Communication Mix(pada Distro Kipasoak Pat)", diakses melalui website <http://eprints.stainkudus.ac.id/2896>, tanggal 13 juli 2019 pukul 14.15 WIB.

Menurut terminologi *Haq Al-Ibtikar* adalah “Hak istimewa atas suatu ciptaan yang pertama kali diciptakan”. Pengertian ini tidak jauh berbeda dengan pengertian dari segi etimologi. Fathi Al-Durainimen definisikannya dengan :

الصور الفكرية التي تفتقت عنها الملكة الراسخة في النفس العالم أو الاديب ونحوه مما يكون
قد أبدعه هو ولم يسبقه اليه أحد

*"Gambaran pemikiran yang dihasilkan seorang ilmuwan melalui pemikiran dan analisisnya, hasilnya merupakan penemuan atau kreasi pertama yang belum dikemukakan ilmuwan sebelumnya."*¹⁴

Inilah yang menjadi dasar bagi hak kepemilikan bagi pembuat karya cipta atas karya ciptanya tersebut. Namun definisi ini sepertinya tidak menunjukkan secara langsung adanya hak dalam karya cipta tersebut. Dalam *Cairo Declaration Of Human Right In Islam*, pada resolusi No. 49/19 P tentang hak cipta disebutkan :

*Everyone shall have the right to enjoy the fruits of his scientific, literary or technical production, and the right to protect the moral and material interest stemming there from provided that such production is not to contrary the principal of syari'ah.*²⁵ Hasil dari deklarasi ini menetapkan adanya hak untuk mendapatkan manfaat dari setiap karya cipta yang dihasilkannya. Hak untuk mendapatkan manfaat ini tidaklah bertentangan dengan syaria Islam.

¹⁴ Fathi Al-Durainy, *Al-Fiqh Al-Islamy Al-Muqaran Ma'a Al-Madzahib*, hal. 223

Majelis Majma` Al-Fiqh Al-Islamy menyebutkan bahwa secara umum, hak atas suatu karya ilmiah, hak atas merek dagang dan logo dagang merupakan hak milik yang keabsahannya dilindungi oleh syariat Islam. Dan khususnya di masa kini merupakan `urf yang diakui sebagai jenis dari suatu kekayaan di mana pemiliknya berhak atas semua itu. Boleh diperjual-belikan dan merupakan komoditi. Dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia disebutkan 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 perundangundang yang berlaku. Pengertian hak cipta yang disebutkan dalam fatwa ini merujuk kepada undang-undang hak cipta yang ada di Indonesia. Beberapa cendekiawan muslim kontemporer memberikan berbagai pandangannya tentang hak cipta. Namun literatur yang ada sebagian besar pembahasannya tertuju kepada hak cipta atas karya tulis (*haq at-ta'lif*).

Di antara cendekiawan kontemporer adalah Sa'duddin bin Muhammad Al-Kibi yang mendefinisikan *haq al-ta'lif* dengan :

ما ثبت ووجب للكتب والر سائل والمؤ لفة والمجموعة با عتبار ثبوت الما لية فيها
أو إنتفائها عنها ونقل اليد فيها

"Sesuatu (hak) yang telah tetap dan ada pada buku, makalah, karangan dan bunga rampai yang dianggap sebagai hak kebendaan padanya, serta hak untuk menyalinnya."¹⁵

Hak kebendaan yang dimaksud adalah bahwa hak ini dianggap sebagai hak atas suatu harta, adapun hak menyalin adalah hak untuk memperbanyak karya tulis. Hak ini menjadi milik bagi setiap pengarang atau penulis sebagai pembuat dari karya tulisnya.

Seperti yang disebutkan oleh Wahbah Az-Zuhailly yang mendefinisikan bahwa *haq al-ta'lif* (hak cipta karya tulis) adalah hak kepemilikan karya bagi seorang penulis yang terpelihara secara *syar'i*" Hak ini terpelihara karena kedudukannya sama dengan hak-hak kebendaan lainnya, sehingga pihak lain tidak diperbolehkan untuk menggunakan tanpa seizin pemiliknya.

Dalam sebuah hak cipta terkandung di dalamnya hak ekonomi (*haq al-iqtishadi*) dan hak moral (*haq al-adabi*). Mengenai hak ekonomi maka setiap pembuat karya cipta berhak untuk mendapatkan materi dari karya ciptanya tersebut. Hal ini seperti definisi yang disebutkan oleh Abdullah Al-Mushlih dan Shalah Al-Shawi yang menyebutkan : Hak cipta adalah sejumlah keistimewaan yang dimiliki oleh seorang penulis/pengarang yang bisa dihargai dengan uang, terkadang hak ini disebut juga hak abstrak, hak kepemilikan seni/sastra atau hak-hak intelektualitas, hak ini juga berarti

¹⁵ Sa'duddin bin Muhammad Al-Kibi Muamalah Al-M'ahirah Fi Dhau' Al-Islam, hal. 316

harga komersial dari tulisan atau karangannya, harga tersebut dibatasi oleh mutu dan keuntungan komersial yang bisa direalisasikan dengan menerbitkan hasil tulisan tersebut dan mengkomersilkannya”. Adanya hak ekonomi ini menunjukkan bahwa setiap pencipta memiliki kekuasaan penuh atas ciptaannya, sehingga ia mempunyai hak untuk mendapatkan manfaat baik materi ataupun moril dari karya ciptanya tersebut.

Dalam Islam selain hak ekonomi ada hak moral yang menjadi tanggung jawab setiap pembuat karya cipta, pencipta memiliki hak untuk disebutkan namanya ketika ciptaannya dikutip. Hal ini telah lama menjadi salah satu dari keilmiahan dalam Islam, bahkan ia merupakan salah satu dari keberkahan ilmu, sebagaimana disebutkan oleh Imam Al-Qurthuby dalam *muqadimah* tafsirnya. Usamah Muhammad Usman Khalil dalam makalahnya menyebutkan bahwa hak cipta sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual (*al-milkiyah al-fikriyah*) adalah hak yang dimiliki oleh seseorang atas karya tulisnya dalam berbagai bentuknya. Masjfuk Zuhdi mengatakan bahwa hak cipta adalah sebuah karya dari seseorang berupa hasil dari kemampuan berpikir. Hak ini dikenal juga dengan istilah *almilkiyyat al-fikriyyah*.

Sementara hak cipta dalam dunia penerbitan/perbukuan yang dimiliki oleh penerbit dikenal dengan istilah *Huquq Al- Thaba'* (hak cetak), *Haq Al-Tauzi'* (hak distribusi) dan *Haq Al-Nasr* (hak penerbitan). Semua hak

tersebut adalah bagian dari hak cipta yang dihasilkan oleh seorang penulis atau pengarang atas karya tulis yang dibuat untuk pertama kali.

Ikhwan menyimpulkan bahwa hak cipta adalah : Sesuatu hubungan khusus yang diakui *syara'* antara pencipta atau pemegang hak cipta dan abstraksi pemikiran hasil kekuatan intelektual penciptanya yang dapat terwujud dalam bentuk ciptaan baru. Dengan hubungan khusus tersebut, pencipta atau pemegang hak cipta memiliki kewenangan untuk mempergunakan abstraksi pemikiran tersebut secara bebas dengan tetap mentaati ketentuan *syara'*.

Pada dasarnya perlindungan atas merek dalam syariat Islam kembali kepada perlindungan atas harta dan hak milik. Islam sangat menghormati harta dan hak milik. Dalam Hukum islam, segala suatu dapat dimiliki kecuali benda yang tidak bermanfaat seperti biji jaagung, dan benda serta manfaat yang haram, seperti bangkai. Sedangkan merek bermanfaat dan tidak diharamkan, karena ia dapat dimiliki.¹⁶

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa merek merupakan harta yang dapat dimiliki. Oleh karena itu, pemilik merek berhak mendapatkan perlindungan atas mereknya, sebagaimana ia berhak mengomersilkan dan mentasarufkannya seperti menjual, menyewakan, atau memberikan lisensi kepada pihak lain.

¹⁶ Agus Suryana, " *Hak Cipta Prespektif Hukum Islam* ", E-Jurnal STAI AL-HIDAYAH BOGOR, hal. 249-252, diakses pada tanggal 26 Juni 2019 pukul 24.00 WIB melalui website <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/am/article/view/144/142>

Setiap pelanggaran atas merek berupa menjiplak, meniru, membajak, dan memalsukan produk bermerek hukumnya haram, karena masuk dalam kategori memakan harta orang lain dengan cara batil. Allah SWT berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّا نَكُونُ بَيْنَكُمْ وَأَلْبَابًا مُّغْلَقَةً إِن لَّكُم مِّنْهُنَّ حِرَامٌ مِّمَّا كَفَرْتُمْ وَلَٰكِن مَّا كَانَتْ لَكُمْ عَلَيْهِ جُنَاحٌ مَّا كَانَتْ لِلَّذِينَ كَفَرُوا مِنْهُنَّ حِرَامًا مِّمَّا كَفَرُوا بِمَا كَانُوا يَكْفُرُونَ

Artinya: *“hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu¹⁷”* (QS An-Nisa: 29)

Sedangkan orang yang melakukan pelanggaran atas merek dapat dikenakan hukuman takzir. Takzir merupakan hukuman terhadap suatu kejahatan yang belum ada ketentuannya dalam hukum islam. Ia merupakan hak prerogatif pemerintah; apa hukuman mempertimbangkan bentuk pelanggaran, keadaan pelanggaran, serta akibat pelanggaran itu

Hukuman atas pelanggaran terhadap merek bisa menjadi lebih berat manakala tindakan tersebut mengakibatkan gangguan kesehatan gangguan, gangguan lingkungan hidup, atau bahkan kematian manusia, apabila yang dipalsukan berupa merek makanan, minuman, atau obat-obatan.¹⁸

¹⁷ Departemen Agama RI, Al-Quran dan terjemahnya.., hal.41.

¹⁸ Husnul haq, *“Merek menurut Hukum Islam”*, diakses melalui <http://www.nu.or.id/post/93065/merek-menurut-hukum-islam> , pada hari 25 April 2019 pukul 22.00

G. Etika Bisnis Islam Mengenai Pembajakan

Umumnya, industri didirikan dengan modal beberapa orang yang saling melakukan perseroan untuk mendirikan industri tersebut. Sehingga pada saat ini, berlakulah hukum-hukum perseroan secara Islami dalam pendirian industri tersebut. Sedangkan dari segi kegiatannya, seperti kegiatan administrasi, kerja, berproduksi ataupun yang lain, bisa diberlakukan hukum-hukum *ijarah* atas seorang *ajjir*. Adapun dari segi pemasaran hasil produksinya, bisa diberlakukan hukum-hukum jual beli dan perdagangan luar negeri, sekaligus tidak boleh melakukan *penipuan*, baik yang berbentuk *tadlis* maupun *ghaban*, dan penimbunan (*ihtikar*), sebagaimana tidak diperbolehkan untuk mempermainkan harga dan hukum-hukum jual beli yang lain. Sedangkan pengarahannya terhadap hasil produksi, baik berupa produksi kecil maupun besar, sebelum memproduksi suatu produk, bisa diberlakukan hukum-hukum berproduksi. Oleh karena itu syara' harus dijadikan tolok ukur dalam mengikat atau tidak, pelanggan (pemesanan) dengan apa yang diproduksi sesuai dengan pesannya.¹⁹

Pemahaman produksi dalam Al-Qur'an memiliki arti sebagai bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor-faktor sumber produksi yang diperbolehkan. Allah Swt berfirman dalam al-Qur'an:

¹⁹ Abdul Aziz, M.Ag., *ETIKA BISNIS PERSPEKTIF ISLAM (Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*, (Bandung: Alfabeta. 2013), hal. 143.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”. (QS. Al-Maidah, 5: 87)²⁰

Produksi merupakan upaya manusia untuk meningkatkan tidak hanya kondisi materialnya tetapi juga moralnya dan sebagai sarana untuk mencapai tujuannya di hari akhirat kelak. Hal ini, kata Monzer, karena mempunyai tiga implikasi penting, yaitu:

1. Produk-produk yang menjauhkan manusia dari nilai-nilai moralnya sebagai di tetapkan dalam al-Qur'an dilarang. Semua jenis kegiatan produksi yang menurunkan martabat manusia atau menyebabkan ia terperosok ke dalam kejahatan dalam rangka meraih tujuan ekonomi semata-mata dilarang juga. Dengan demikian Nabi Muhammad SAW melarang beberapa bentuk kegiatan ekonomi tertentu seperti pelacuran dan penghasilan yang diperoleh dari kegiatan ekonomi tersebut.
2. Aspek sosial produksi ditekankan dan secara ketat dikaitkan dengan proses produksi. Sebenarnya distribusi keuntungan dari produksi di

²⁰ *Ibid*, hal. 145

antara sebagian besar orang dan dengan cara yang seadil-adilnya adalah tujuan utama ekonomi masyarakat.²¹

3. Masalah ekonomi bukanlah masalah yang jarang terdapat dalam kaitannya dengan berbagai kebutuhan hidup tetapi ia timbul karena kemalasan dan kealpaan manusia dalam usahanya untuk mengambil manfaat sebesar-besarnya dari anugerah-anugerah Allah SWT baik dalam bentuk sumber-sumber manusiawi maupun sumber-sumberalami. Kemalasan dan kealpaan disebut “ke-zaliman” atau “kekejaman” dalam al-Qur’an. Sebuah Hadits Nabi menceritakan bahwa beliau menyerukan: *“Mintalah pertolongan kepada Allah dan jangan merasa tidak mampu, karena tidak ada sesuatu pun yang tidak mungkin dikerjakan”*.

Ajaran-ajaran etik yang bersumber dari Al-Qur’an dan Al-Hadits banyak memberikan tuntunan dan bimbingan ke arah produksi yang lebih baik, sebagai-mana tersebut dalam Q.S. Al-Nahl dan Hadits-hadits tersebut di atas. Intinya, ajaran Islam memberikan respon positif dalam hal produksi dan produktivitas umat manusia, bahkan itu akan diberi pahala oleh Tuhan bila perbuatannya mendatangkan kebaikan. Namun diberikan dosa dan nista bila perbuatan yang dihasilkan mendatangkan kemudaratn dan kezaliman.

H. Penelitian terdahulu

No	Nama dan judul	Hasil Temuan	Kesimpulan penelitian
----	----------------	--------------	-----------------------

²¹ *Ibid*, hal 147-148.

1	Haposan Gilbert Manurung : “Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Cipta Software Komputer Terhadap Pembajakan Oleh Pengusaha Komputer” ²²	Perlindungan hukum bagi Pemegang Hak Cipta software komputer terhadap pembajakan oleh pengusaha computer belum menunjukkan perlindungan hukum sepenuhnya. Hak untuk mengumumkan, memperbanyak atau memberi izin untuk itu, yang memberikan konsekuensi, bahwa dalam perbanyakannya Ciptaan software komputer harus mendapat izin tertulis dari Pencipta software komputer atau Pemegang Hak Cipta software komputer.	Jika penelitian terdahulu ini membahas mengenai perlindungan hukum sepenuhnya terhadap pemilik hak cipta pengusaha computer tetapi di skripsi ini membahas tentang bagaimana upaya menyelesaikan masalah pembajakan merek.
2	Dara tursina siregar (2009) : tindak pidana pemalsuan Merek Kaca Film Lumar dan upaya penanggulangannya ²³	Tindakan-tindakan yang termasuk pemalsuan, upaya penanggulangan tindak pidana pemalsuan merek dan analisis putusan hakim PN Medan dengan nomor perkara No.1454/Pid.B/2006/PN. Medan berdasarkan analisis penulis, hakim telah menjatuhkan putusan tepat.	Di skripsi ini meneliti kasus yang real ada dalam masyarakat mengenai masalah pembajakan merek.
3	Sekar Hayu Ediningtyas (2005) : perlindungan hukum terhadap Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia	Perlindungan hukum terhadap pemalsuan Merek dagang terkenal asing di pasar johan Semarang dan Hambatan pelaksanaan perlindungan hukum merek	Diskripsi ini membahas perlindungan merek belum terdaftar tetapi salah satu pemilik telah menggunakan merek nya bertahun-tahun.

²² Haposan Gilbert Manurung, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Cipta Software Komputer Terhadap Pembajakan Oleh Pengusaha Komputer*, (Jogja: Universitas Atma Jaya, 2013), <https://studylibid.com/doc/825503/bab-i-pendahuluan-a.-latar-belakang-masalah-hak-cipta>, diakses pada tanggal 20 april 2019, pukul 15.00WIB.

²³ Dara tursina siregar, *tindak pidana pemalsuan Merek Kaca Film Lumar dan upaya penanggulangannya*, (Sumatera: Universitas Sumatera Utara, 2009), <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/36249/1/09E01308.pdf>, diakses pada tanggal 20 april 2019 pukul 15.30 WIB.

	ditinjau dari UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi di Pasar Johar Semarang). ²⁴	dagang terkenal asing di pasar johar Semarang.	
4	Syakra Husniyyah (2018) : kejahatan Pemalsuan Merek dalam Perdagangan Kosmetik (ditinjau dari hukum positif dan Hukum islam) ²⁵	Bagaimana sanksi pidana bagi pelaku peredaran kosmetik palsu yang dikaji dari hukum positif dan hukum Islam beserta faktor upaya penanggulangan kejahatan tersebut.	Diskripsi ini membahas bagaimana upaya penyelesaian sengketa pembajakan merek jika sama-sama belum terdaftar tetapi salah satu pemilik merek telah menggunakan merek pertama kali.
5	Nunung Dwi Lestari : “Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Pencipta Lagu di Indonesia” ²⁶	Perlindungan hukum Hak Cipta dari segi hak ekonomi yang meliputi hak mengumumkan, memperbanyak, dan menyewakan dalam praktek dilaksanakan oleh Pencipta lagu sendiri dan ada yang dialihkan kepada pihak lain melalui suatu perjanjian. Dari sisi hak moral, Perlindungan berlanjut terus walaupun Ciptaan lagu sudah menjadi public domain, hak moral ini masih terus melekat pada diri Pencipta.	Pembahasan skripsi ini bagaimana perlindungan hukum atau upaya untuk menyelesaikan masalah mengenai merek belum terdaftar jika salah satu pemilik merek itu adalah first to use
6	Mariah Seliriana(2012) : “Perlindungan Hak	Seni batik tradisional hak ciptanya dipegang oleh Negara. Upaya pemerintah dalam melestarikan seni	skripsi ini tidak memiliki kesamaan dengan skripsi yang akan di teliti karena skripsi ini yang dibahas

²⁴ Sekar Hayu Ediningtyas, *perlindungan hukum terhadap Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia ditinjau dari UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2015), <https://lib.unnes.ac.id/22145/>, diakses pada tanggal 21 april 2019 pukul 19.00 WIB.

²⁵ Syakra Husniyyah, *kejahatan Pemalsuan Merek dalam Perdagangan Kosmetik ditinjau dari hukum positif dan Hukum islam*(Jakarta: UIN Jakarta, 2018), <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/42144>, diakses pada tanggal 21 april 2019 pukul 19.15 WIB.

²⁶ Nunung Dwi Lestari, *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Pencipta Lagu di Indonesia*, (Jogja: Universitas Atma Jaya, 2013), <http://e-journal.uajy.ac.id/453/2/1MIH01437.pdf> , diakses pada tanggal 20 april 2019, pukul 15.00WIB.

	Cipta Seni Batik Cirebon ²⁷	batik Cirebon dilakukan dengan sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual, dokumentasi motif-motif tradisional Cirebon, mempublikasi mengenai seni batik Cirebon, namun kesadaran untuk melindungi hak cipta motif batik kreasi baru atau kontemporer dalam pendaftaran hak cipta pada DJHKI masih sangat kurang.	adalah kesadaran melindungi hak cipta
7	Mira (2001) : “Tinjauan Hukum kewarisan Islam terhadap kewarisan Hak Merek” ²⁸	Pokok kajiannya menekankan pada segi kewarisan dari hak merek tidak membahas soal sanksi pelanggaran tindak pemalsuan merek.	Menekankan pada upaya penyelesai masalah merek first to use di era first to file

²⁷ Mariah Seliriana, *Perlindungan Hak Cipta Seni Batik Cirebon*(Jakarta: Universitas Indonesia, 2012), <https://docplayer.info/33163569-Perlindungan-hak-cipta-seni-batik-cirebon-tesis.html>, diakses pada tanggal 21 april 2019 pukul 20.15 WIB.

²⁸ Mira, *Tinjauan Hukum kewarisan Islam terhadap kewarisan Hak Merek* (Surabaya, IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2001), <http://digilib.uinsby.ac.id/989/4/Bab%201.pdf>, diakses pada tanggal 21 april 2019 pukul 20.30 WIB.

