

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Menurut pendapat Skinner, bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Sementara itu menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis sebagai aktivitas penjualan. Adapun Straub dan Atner berpendapat, bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Akhirnya Yusanto dan Wijayakusuma mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperoleh dan pendayagunaan harta karena aturan halal dan haram¹

Dalam menjalankan aktivitas berbisnis, produsen harus bisa memasarkan produk yang sudah dihasilkan. Agar produknya mudah dikenali konsumen dan untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya, produsen perlu memberikan ciri khas atau cap yang sering disebut dengan Merek. Merek dalam dunia usaha memiliki arti yang sangat penting khususnya

¹ Muhamad,alimin, *“Etika Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam”*,(Yogyakarta; BPFE Yogyakarta, 2004) hal 56

dalam membantu kelancaran dan peningkatan perdagangan suatu produk. Sebuah perusahaan dapat dikenal secara luas karena produknya yang bermerek. Merek dapat menyatakan atribut, manfaat, nilai, budaya dari suatu produk. Merek (dengan “brand image”-nya) juga dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda pengenal atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas produk dalam suasana persaingan bebas. Merek adalah aset ekonomi bagi pemiliknya, baik perorangan maupun perusahaan (badan hukum) yang dapat menghasilkan keuntungan besar, tentunya bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan proses manajemen yang baik.²

Merek dagang merupakan salah satu kunci pertimbangan dalam keputusan bisnis. Merek dagang adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan (baik berupa logo, cap/kemasan) untuk mengidentifikasi barang/jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual tertentu. Merek dagang dapat menjadi aset bisnis dan usaha. Merek adalah modal intelektual yang memiliki nilai ekonomi yang dapat ditingkatkan nilainya dalam produk dan teknologi. Merek sangat erat dengan bussines image, goodwill dan reputasi. Berbeda dengan produk sebagai sesuatu yang dibuat di pabrik, merek dipercaya menjadi motif pendorong konsumen memilih suatu produk, karena merek bukan hanya apa yang tercetak di dalam produk (kemasannya), tetapi merek termasuk

² Sentosa Sembiring, “Prosedur dan Tata Cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual Di bidang Hak Cipta dan Merek”, (Bandung: Rama Widya, 2002)

apa yang ada di benak konsumen dan bagaimana konsumen meresponnya. Merek dagang merupakan kekayaan industri dan juga kekayaan intelektual.

Membuat suatu reputasi usaha melalui merek dengan karakter suatu logo, nama, simbol-simbol, gambar, ataupun paduan dari karakter tersebut dengan tujuan pembedaan identitas terhadap produk di pasar atau konsumen. Karena itu perusahaan cenderung untuk mencegah orang lain untuk memakai reputasi bisnis, good will, pasar serta konsumen yang besar. Upaya pemilik merek untuk mencegah pihak lain melakukan peniruan/penjiplakan merek adalah salah satu hal penting dalam pertimbangan bisnis dimana upaya membuat besar serta reputasi merek tersebut telah memerlukan waktu, usaha, uang, dan yang tidak kalah penting reputasi yang baik serta kepercayaan konsumen.³

Dalam hukum positif, hak merek dagang dilindungi melalui Undang-Undang No.20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, sebagai penyempurnaan dari aturan terdahulu, yaitu UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Pada Undang-Undang No.20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 21 Ayat (1) yang berbunyi : *“Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan: Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis; Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis; Merek terkenal milik pihak lain untuk barang*

³ Margono dan Angkasa, *Komersialisasi Aset Intelektual Aspek Hukum Bisnis*, (Jakarta, 2002) hal 146

*dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau Indikasi Geografis terdaftar.*⁴ Pengaturan untuk merek terkenal di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada dasarnya tidak mengatur secara rinci, namun pengaturan tentang merek terkenal dapat dilihat dalam penjelasan Pasal 21 ayat 1 huruf b. Dimana penolakan permohonan yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dilakukan dengan memperhatikan pengetahuan umum masyarakat mengenai merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan. Di samping itu, diperhatikan pula reputasi merek tersebut yang diperoleh karena promosi yang gencar dan besar-besaran, investasi di beberapa negara di dunia yang dilakukan oleh pemiliknya, dan disertai bukti pendaftaran Merek dimaksud di beberapa negara. Jika hal tersebut belum dianggap cukup, Pengadilan Niaga dapat memerintahkan lembaga yang bersifat mandiri untuk melakukan survei guna memperoleh kesimpulan mengenai terkenal atau tidaknya Merek yang menjadi dasar penolakan.

Kemudian pada pasal 100 ayat (1) yang berbunyi : *“Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling*

⁴ Undang-Undang Republik Indonesia No.20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis,(Jakarta: www.hukumonline.com/pusatdata, 2016) hal. 9

lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)". Adanya pengaturan perlindungan terhadap merek terkenal dalam undang-undang merek sebagai upaya untuk mencegah adanya pelanggaran hak merek dagang seperti peniruan/penjiplakan pada merek dagang tersebut

Sementara itu Islam telah memberikan hak dan kekuasaan kepada individu atas apa yang dimilikinya, yang memungkinkannya untuk memanfaatkannya sesuai dengan ketentuan syariat. Islam juga mewajibkan negara agar memberikan perlindungan atas kepemilikan individu dan menjatuhkan sanksi bagi setiap orang yang melanggar kepemilikan orang lain. Dalam hukum Islam, segala sesuatu bentuk tindak pemalsuan sanat dilaran, karena hal tersebut dapat merugikan pihak yang membeli dan menaikan baran tersebut, karena telah dipalsukan sebaaimana dalam al-Quran surat *al-syu'ara* ayat 183 yang artinya: "*Janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan*".⁵

Pada prinsipnya Islam memberikan jaminan perlindungan hak setiap orang. Setiap pemilik boleh menuntut pemenuhan haknya. Apabila terjadi pelanggaran hak maka pemilik hak dapat menuntut ganti atau kompensasi (denda) yang sepadan dengan haknya. Apabila terjadi perselisihan dalam pemenuhan hak maka pihak pemerintah atau hakim wajib memaksa pihak tertentu agar memenuhi hak orang lain. Namun atas dasar keadilan dan

⁵ Departemen Agama RI, al-Quran dan Terjemah (Bandung:J-Art,2004),hal 375

kemuliaan budi pekerti, Islam menganjurkan agar pemilik hak berlapang hati dan bermurah hati dalam menuntut pemenuhan haknya.⁶ Seperti dalam firman Allah SWT surat Al-Baqarah ayat 188 tentang larangan memakan harta orang lain secara batil (tanpa hak) dan larangan merugikan harta maupun hak orang lain. Artinya: *“Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebahagian yang lain diantara kamu dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian dari pada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui”* (QS. Al-Baqarah ayat 188)⁷

Dari pembahasan diatas, dalam hal perlindungan merek sudah diatur dalam hokum positif dan hokum islam, tetapi bukti dilapangan menunjukan bahwa masih banyak pelanggaran mengenai perlindungan hak merek dagang. Contohnya masih dijual bebas barang-barang tiruan atau palsu seperti tas, baju, sepatu dan lainnya yang memiliki merek terkenal internasional seperti Adidas, Nike, Pollo, Newbalance, Fila, Kappa, Tommy Hilfiger, Vans dan lainnya. Barang barang tiruan atau palsu tersebut dapat dengan mudah ditemukan dipasar-pasar ataupun toko-toko dengan harga yang jauh lebih murah dari harga aslinya. Contohnya sepatu nike asli memiliki harga kisaran Rp.500.000,00 sampai jutaan sedangkan barang tiruan atau palsu memiliki harga Rp. 100.000,00

⁶ Ghufron A. Mas`adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hal. 37.

⁷ Departemen Agama RI, *al-Quran dan Terjemah* (Bandung:J-Art,2004),hal 29

kebawah sudah bisa mendapatkannya dengan cap merek brand ternama. Penyebaran barang dengan merek palsu ini lebih mudah meluas seiring dengan perkembangan teknologi. Karena sekarang masyarakat sudah sering menggunakan sistem transaksi secara online, yang mengakibatkan sulitnya pengontrolan mengenai penyebaran barang palsu tersebut yang sangat merugikan semua pihak khususnya pemilik merek tersebut.

Penyebaran barang tiruan atau palsu tersebut sudah menyebar luas. Seperti contohnya di wilayah Kabupaten Blitar. Barang tersebut mudah ditemukan di pasar-pasar ataupun toko-toko. Banyak toko-toko yang menjual dengan bebas barang-barang palsu seperti tas, sepatu, sandal, baju dengan merek terkenal dengan harga yang murah dan jauh dari harga barang asli. Penyebaran barang tiruan atau palsu itu kebanyakan termasuk dalam kategori *Fashion*. Dimana peminat barang tersebut adalah para anak-anak muda dan kaum hawa. Mereka dapat dengan mudah mendapatkan barang tersebut dengan label merek terkenal dan harga yang murah.

Permasalahan hak merek dagang saat ini semakin kompleks, karena tidak semata-mata memberikan perlindungan kepada individu, akan tetapi telah menjadi bagian dari masalah politik dan ekonomi. Sebagaimana perlindungan yang diberikan undang-undang terhadap hak merek dagang, dalam hukum Islam hak kekayaan intelektual termasuk halnya merek dagang juga mendapatkan pengakuan dan perlindungan karena merupakan harta kekayaan yang harus dihargai dan dilindungi. Segala bentuk pemalsuan sangat dilarang, karena hal

tersebut dapat merugikan pihak yang membeli dan menggunakan barang tersebut, karena telah dipalsuka. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang merek dagang dalam hukum positif dan hukum Islam. Pengkajian tersebut dirumuskan dalam sebuah penulisan yang berjudul **“Perlindungan Hak Merek Dagang dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam (Studi Di Kabupaten Blitar)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalahnya ialah:

1. Bagaimana perlindungan hak merek dagang di Kabupaten Blitar dalam hukum positif?
2. Bagaimana perlindungan hak merek dagang di Kabupaten Blitar dalam hukum Islam?
3. Bagaimana penyelesaian masalah perlindungan merek dagang dalam hal segi kepastian hukum dan aspek hukum dalam hukum positif dan hukum Islam di Kabupaten Blitar?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hak merek dagang di Kabupaten Blitar dalam hukum positif

2. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hak merek dagang di Kabupaten Blitar dalam hukum Islam
3. Untuk mengetahui bagaimana penyelesaian masalah perlindungan hak merek dagang dalam hal segi kepastian hukum dan aspek hukum dalam hukum positif dan hukum Islam studi di Kabupaten Blitar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang hukum, khususnya pengetahuan mengenai hak merek dagang dalam hukum positif dan hukum Islam dan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadikan masyarakat umum khususnya produsen, distributor dan konsumen agar mengetahui mengenai hukum dalam hal hak merek dagang dalam hukum positif dan hukum Islam. kemudian sebagai sarana informasi kepada Pemerintah dan para Penegak Hukum agar hukum di Indonesia berjalan semaksimal mungkin dan mengajak masyarakat umum untuk andil dalam penegakkan hukum di Indonesia khususnya dalam hal hak merek dagang.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam menafsirkan judul skripsi penelitian ini, maka penulis perlu memberikan penegasan istilah dalam judul tersebut dan menjadi batasan dalam pembahasan selanjutnya.

1. Merek Dagangan : merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.⁸ Dalam hal ini peneliti membatasi penelitian hanya pada merek dagang *fashion*.
2. Hukum positif : hukum yang berlaku sekarang bagi suatu masyarakat tertentu dalam suatu daerah tertentu.⁹ Dalam hal ini peneliti menggunakan Undang Undang No.20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sebagai kajian untuk menjawab permasalahan penelitit.
3. Hukum Islam : hukum yang bersumber dari dan menjadi bagian agama Islam. Sebagai sistem hokum ia mempunyai beberapa istilah kunci yang perlu dijelaskan lebih dulu,sebab,kadankala membingungkan, kalau tidaak diketahui persis maknanya. Yang dimaksud adalah istilah-istilah (1) *Hukum*, (2) *hukm* dan *ahkam*, (3) *syariah* atau *syarat*, (4) *fiqih* atau

⁸ Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*. (Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2003), hal. 87

⁹ Sudarsono, *Pengantar Ilmu Hukum*. (Jakarta: PT RINEK CIPTA, 2007), hal. 194

fiqh dan beberapa kata lain yang berkaitan dengan istilah-istilah tersebut.¹⁰ Untuk menjawab permasalahan mengenai merek dalam hukum islam peneliti terfokus pada fatwa MUI Nomor: 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Berdasarkan penjelasan beberapa istilah di atas, maka yang penulis maksud dari keseluruhan judul ini adalah mengkaji secara seksama tentang merek dagang khususnya mengenai perlindungan terhadap hak merek dagang menurut perspektif hukum positif yaitu Undang Undang No.20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan hukum Islam dalam fatwa MUI dalam hal perlindungan hak merek dagang.

F. Sistematika Pembahasan

Rangkaian penulisan ini disusun dengan menggunakan uraian yang sistematis sehingga dapat menunjukkan totalitas yang utuh untuk mempermudah proses pengkajian dan pemahaman terhadap persoalan yang ada. Penyusunan sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, tiap bab berisi uraian pembahasan mengenai topik permasalahan yang berbeda, tetapi merupakan suatu kesatuan yang saling berhubungan. Penjabaran dari sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

¹⁰ Muhamad Dauli Ali. *Hukum Islam (pengantar ilmu hukum dan tata hokum di Indonesia)*, (Jakarta : Raja Grafindo Rersada) Hal 42

Pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab. Sebelum bab pertama, penulis mencantumkan halaman judul, halaman pengantar, dan daftar isi.

Bab I merupakan Pendahuluan, yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Penegasan Istilah, dan Sisitematika Penulisan.

Bab II yaitu Kajian Pustaka, yang terdiri dari Perlindungan Hukum, Merek Dagang, Hukum Islam yang membahas mengenai merek, Pengaturan merek menurut Hukum Positif, Hasil Penelitian Terdahulu, Kerangka Berfikir (Paradigma).

Bab III yaitu Metode Penelitian, yang terdiri dari Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Kehadiran Peneliti, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Teknik Analisa Data, Teknik Pengecekan Keabsahan Data, dan Tahap-Tahap Penelitian.

Bab IV yaitu Paparan Hasil Penelitian perlindungan merek dagang dalam perspektif hukum positif dan hukum Islam. Pada bab keempat ini akan diterangkan mengenai: a). Paparan data berupa Profil Kabupaten Blitan dan hasil observasi. b) temuan penelitian berupa hasil wawancara dengan informan. c) pembahasan mengenai perlindungan merek dagang dalam hukum positif dan hukum Islam serta penyelesaian masalah perlindungan merek dagang dalam hal segi kepastian hokum dan aspek hokum dalam hukum positif dan islam.

Bab V yaitu Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan menjelaskan secara singkat dari semua data yang diperoleh dan juga hasil penelitian. Pada kesimpulan, lebih tepatnya mengguraikan jawaban dari rumusan masalah. Sedangkan saran berisikan tanggapan dari peneliti atas permasalahan yang diteliti dan memberikan kritikan yang bisa membangun yang disertai dengan solusi.