

**PEMALSUAN MEREK KOSMETIK MENURUT UNDANG-UNDANG
NOMOR 20 TAHUN 2016 DAN HUKUM ISLAM DI PASAR PANORAMA
KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Hukum (S.H)

OLEH:

DITA KAROLINA
NIM. 1316120058

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
T.A 2020 M/1441 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Dita Karolina, Nim: 1316120058 dengan Judul "Pemalsuan Merek Kosmetik Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dan Hukum Islam Di Pasar Panorama Kota Bengkulu". Program Studi Hukum Ekonomi Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II, oleh karena itu, skripsi ini disetujui untuk diajukan dalam sidang *Munafasyah* Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, Juli 2020 M
Zulhijah 1441 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Rohmadi, S.Ag., MA
NIP. 197103201996031001


Etry Mike, MH
NIP. 1988111921932010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS SYARIAH

Alamat Jl. Raden Fatah, Pagar Dewa telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

PENGESAHAN

Skripsi disusun oleh: **DITA KAROLINA**, Nim: 1316120058 dengan Judul
**"Pemalsuan Merek Kosmetik Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun
2016 Dan Hukum Islam Di Pasar Panorama Kota Bengkulu"**, Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah, telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Sidang
Munaqasyah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu

Pada
Hari: **Rabu**
Tanggal: **29 Juli 2020**

Dan dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syariah.

Bengkulu, Juli 2020 M

Dzulhijah 1441 H

Dekan Fakultas Syariah

Dr. Imam Mahdi, S.H., M.H

NIP. 196503071989031005

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Rohmadi, S.Ag., MA

NIP. 197103201996031001

Etry Mike, MH

NIP. 1988111921932010

Penguji I

Penguji II

Dr. Yusmita, M. Ag

NIP: 19710624 199803 2 001

Hamdan, M.pd.I

NIDN: 2012048802

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “**Pemalsuan Merek Kosmetik Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dan Hukum Islam Di Pasar Panorama Kota Bengkulu**“ adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali dari arahan tim Pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Bersedia Skripsi ini diterbitkan di Jurnal Ilmiah Fakultas Syariah atas nama saya dan dosen pembimbing skripsi saya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku

Bengkulu, Juni 2020 M
1441 H

Mahasiswa yang menyatakan



Dita Karolina
NIM. 1316120058

ABSTRAK

Pemalsuan Merek Kosmetik Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dan Hukum Islam Di Pasar Panorama Kota Bengkulu. Oleh: Dita Karolina, Nim: 1316120058. Pembimbing I: Rohmadi, MA dan Pembimbing II: Etry Mike, MH

Ada dua persoalan yang dikaji dalam Skripsi ini, yaitu (1) Bagaimana bentuk-bentuk pelanggaran hak merek berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016? (2) Bagaimana tinjauan Hukum Islam tentang Pemalsuan Merek Kosmetik di Pasar Panorama Kota Bengkulu? Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif, jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan). Yang bermanfaat untuk memberikan informasi, fakta, data, dan mekanisme Pemalsuan Merek Kosmetik Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dan Hukum Islam Di Pasar Panorama Kota Bengkulu). Jumlah keseluruhan informal adalah 7 orang. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa (1) bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh penjual kosmetik di pasar panorama sebagai berikut: *pertama* di sisi harga jelas berbeda yang asli dengan yang dijual di pasar panorama kota Bengkulu *kedua* dari bentuk juga mudah berubah dari pada yang asli, *ketiga* kualitas sangat berbeda terutama dari ketahanan pada saat pemakaian, bagi yang melakukan pelanggaran atau menjiplak merek yang sudah terkenal dapat dikenakan sanksi pidana penjara dan denda sebagaimana yang telah dijelaskan di dalam Undang-Undang, karena merek merupakan suatu asset yang di lindungi (2) Sedangkan Dalam Islam juga dijelaskan bahwa pemalsuan merek itu merupakan perbuatan yang di larang oleh Allah dan hukumnya *haram*. Penulis menyimpulkan bahwa dalam Islam hukuman yang bagi yang melakukan pelanggaran / penjiplakan dapat dikenakan hukuman potong tang karena bagi yang melakukan pemalsuan merek sama saja dengan mencuri dalam Islam dan hal itu sudah jelas di larang dan di haramkan dalam Islam. Dan Fatwa MUI juga memandang pemalsuan merek itu termasuk kedalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI), juga melarang melakukan tindakan pemalsuan dan itu juga di haramkan.

Kata kunci: Pemalsuan merek Kosmetik

MOTTO

*Artinya: “dan janganlah kamu makan harta diantara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”
(Q.S Al-Baqara ayat 188)*

PERSEMBAHAN

Ucapan syukur dari hati saya yang terdalem kepada Allah SWT atas karunia yang diberikan kepada saya sehingga dapat berdiri tegar dan menyelesaikan skripsi saya yang berjudul "Pemalsuan Merek Kosmetik Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dan Hukum Islam Di Pasar Panorama Kota Bengkulu "Sholawat beriring salam tak lupa saya lantungkan untuk baginda Rasul Muhammad SAW.

Karya ini kupersembahkan untuk mereka yang kusayangi yang telah membuat lebih berwarna :

- 1. kepada ibuku dan ayahku tercinta maryantina dan cik abdul gani yang telah mencurahkan kasih sayang yang tiada batas tanpa mengenal lelah, dan selalu memberi dukungan, motivasi, semangat, serta doa yang selalu mengiringi setiap langkahku. skripsi ini saya persembahkan untuk bapak dan ibu yang telah mengisi dunia dengan begitu banyak kebahagiaan, segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan pada dua orang paling berharga dalam hidup saya hidup menjadi begitu mudah dan lancar, terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna. ibu dan bapak telah melalui banyak perjuangan dan rasa sakit. tapi saya berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia sia. saya ingin melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan. saya akan tumbuh, untuk menjadi yang terbaik yang saya*

bisa,pecapaian ini adalah persembahan istimewa saya untuk bapak dan ibuk,

- 2. Adikku, oskarito, serta keluarga besarku terima kasih atas dukungan yang selama ini yang telah kalian berikan kepadaku.*
- 3. Sahabat satu perjuangan hies angkatan 2013*
- 4. Sahabat sahabatku yg selalu memberi semangat*
- 5. Ayuk, siska, fenti, putri, yulmi, lilis, silva, rosa, uci, ulan, dan seluruh keluargaku terima kasih kalian yg selalu memberi semangat*
- 6. Pembimbing skripsi, bapak Rohmadi,MA, selaku pembimbing 1, Ibu Etry Mike,MH, selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, motivasi dan membimbing penulis membuat skripsi ini.*
- 7. Untuk Almamater Institut Agama Islam Negeri Bengkulu dan terkhusus Fakultas syariah IAIN Bengkulu*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pemalsuan Merek Kosmetik Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dan Hukum Islam Di Pasar Panorama Kota Bengkulu”** Shalawat dan salam Semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW yang di nanti-nantikan syafaatnya di yaumul qiyamah nanti.

Penyusunan skripsi ini, bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) Jurusan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag.,MH, selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Imam Mahdi, M.H. selaku Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Wery Gusmansyah, M.H. selaku Kepala Prodi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Rohmadi, MA, selaku pembimbing I yang telah senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan nasehat, arahan dan bimbingan dengan tulus dan penuh kesabaran.
5. Etry Mike, MH selaku pembimbing II yang telah senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan nasehat, arahan dan bimbingan dengan tulus dan penuh kesabaran.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian	10
E. Batasan Masalah	11
F. Penelitian Terdahulu	11
G. Metode Penelitian	13
H. Sistematika Penelitian.....	17
BAB II Landasan Teori	
A. Tinjauan Umum Tentang Hak Merek Pedagang Kosmetik	19
1. Pengertian Merek dagang	19
2. Jenis Merek Dagang.....	22
3. Unsur –Unsur Dalam Merek Dagang.....	22
4. Fungsi Merek Dagang.....	25
5. Syarat Dan Tata Cara Permohonan Merek.....	26
6. Pelanggaran Hukum Terhadap Hak Merek Dagang	28

B. Tinjauan Umum Hak Merek Dalam Hukum Islam.....	31
1. Tinjauan Islam Tentang Hak Merek	31
2. Kepemilikan Hak Merek Dalam Islam.....	39
BAB III Gambar Wilayah Penelitian	
A. Gambaran Geografis Pasar Panorama.....	42
B. Sekilas Pasar Panorama.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Bentuk-bentuk pelanggaran hak merek kosmetik berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016.....	51
B. Tinjauan Hukum Islam Tentang Pemalsuan Merek Dagang Kosmetik	60
BAB V KESIMPULAN	
A. KESIMPULAN.....	69
B. SARAN	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 Jumlah Pedagang Di Pasar Panorama.....	45
TABEL 3.2 Asal Daerah Pedagang	46
TABEL 3.3 Tingkat Pendidikan Pedagang Pasar Panorama.....	47
TABEL 3.4 Sarana Dan Prasarana Pendidikan Pasar Panorama.....	48
TABEL 3.5 Agama Yang Dianut Pedagang Pasar Panorama.....	49
TABEL 3.6 Sarana Ibadah Pasar Panorama.....	49
TABEL 3.7 Jenis-jenis barang dagangan di pasar panorama Kota bengkulu tahun 2018.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan dibidang industri dan ekonomi yang bagitu pesat juga berefek pada timbulnya pasar bebas yang membuat persaingan antara pedagang semakin ketat terutama dalam hal menarik konsumen dalam menjual barang yang akan diperjual belikan. Kemajuan dunia usahapun tentunya tidak dapat dilepaskan dari pembangunan di bidang ekonomi yang pelaksanaannya dititikberatkan pada sektor industri. Dalam rangka menunjang pertumbuhan dan perkembangan dunia usaha yang dititikberatkan pada sektor industri, faktor perangkat hukum khususnya perangkat hukum kekayaan intelektual, sangat memegang peran penting guna memberikan adanya kepastian hukum yang jelas dan tegas dalam melindungi kepentingan para pelaku usaha dan masyarakat. Penegakkan hukum, khususnya hukum kekayaan intelektual, diharapkan mampu mengantisipasi kemajuan di setiap sektor usaha, khususnya sektor industri.

Kekayaan intelektual adalah kekayaan yang timbul dari kemampuan intelektual manusia yang dapat berupa karya di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Karya ini dihasilkan atas kemampuan intelektual melalui pemikiran, daya cipta dan rasa yang memerlukan curahan tenaga, waktu dan biaya untuk memperoleh “produk” baru dengan landasan kegiatan penelitian atau yang sejenis. Kekayaan Intelektual (HAKI) atau Hak Milik Intelektual (HMI) atau harta intelek (di Malaysia) merupakan padanan

bahasa Inggris *intellectual property right*. Kata “intelektual” tercermin bahwa obyek kekayaan intelektual tersebut adalah kecerdasan daya pikir, atau produk pemikiran manusia.

Arus globalisasi ekonomi telah membawa pengaruh yang cukup “*significant*” bagi pertumbuhan dan perkembangan dunia usaha di Indonesia, khususnya untuk sektor industri. Sebagai Negara berkembang, Indonesia harus memandang sisi perdagangan internasional yang menimbulkan adanya persaingan sebagai suatu hal yang mempunyai arti penting. Dalam era globalisasi ekonomi terdapat lima isu yang berkembang, yaitu Hak Asasi Manusia (HAM), Demokratisasi, Lingkungan Hidup dan Sumber Daya Alam, Hak atas Kepemilikan Intelektual dan Standardisasi.¹

Pentingnya Kekayaan Intelektual dalam dunia usaha, khususnya dalam meningkatkan kreatifitas, perlu adanya suatu tindakan mensosialisasi, membudayakan dan memberdayakan Kekayaan Intelektual kepada seluruh lapisan masyarakat, baik pelaku usaha, aparat penegak hukum maupun masyarakat selaku konsumen. Ada lima langkah strategis dalam pembangunan sistem Kekayaan Intelektual di Indonesia, yaitu sosialisasi Kekayaan Intelektual, pembangunan administrasi dan kelembagaan, penyempurnaan legislasi dan penyertaan pada perjanjian internasional, serta kerjasama internasional dan koordimasi penegakan hukum.² Tetapi permasalahan yang sering terjadi adalah terkadang Hak Terhadap Kekayaan

¹Ranti Fauza Mayana, *Perlindungan Desain Industri di Indonesia dalam Era Perdagangan Bebas*, Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004, h.1

²Cita Citrawinda Priapantja, *Menyambut Hari HKI Sedunia, HKI Meningkatkan Kreatifitas Masyarakat*, Jurnal Hukum Bisnis, volume 13, April 2001, h..33.

Intelektual seseorang ini banyak masyarakat yang tidak memahaminya sehingga banyak pula pelanggaran yang terjadi menyangkut Kekayaan Intelektual. Aparat penegak hukum terkesan pula tidak serius dalam menangani perkara terlihat ketika ada beberapa kasus terjadi berkaitan dengan pelanggaran kekayaan intelektual maka tidak terselesaikan dengan baik, sehingga masyarakat beranggapan bahwa pelanggaran yang dilakukan bukan merupakan bagian dari perbuatan melawan hukum. Sehingga kasus tentang pelanggaran kekayaan intelektual ini terus terjadi tanpa ada proses penyelesaian hukum yang benar.

Saat ini kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta meningkatnya kegiatan pembangunan nasional membuat masyarakat dalam berbagai macam segi kehidupan juga mengalami peningkatan oleh karena itu adanya upaya penciptaan dan pembaharuan suatu peraturan Perundang-undangan diperlukan agar terjamin suatu kepastian hukum. Demikian pula dibidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang erat kaitanya dengan masalah Hak Kekayaan Intelektual, dengan meningkatnya kegiatan dibidang teknologi ditandai dengan timbulnya penemuan-penemuan baru yang bersifat inovatif tetapi sangat disayangkan ditengah berkembangnya sektor ilmu pengetahuan dan teknologi ini tidaklah didukung oleh kesadaran masyarakat dan para pelaku pasar untuk jujur dalam pemahaman pentingnya melindungi Hak Kekayaan Intelektual atas sebuah produk yang dihasilkan oleh seseorang.³

³ Etry Mike, Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Tindakan Pelanggaran Pembajakan Buku Elektronik Melalui Media Online, *Jurnal Al Ijarah (jurnal Pemerintahan dan Politik)*, Vol. 2, Nomor 2 Tahun 2017, h. 136-137.

Di Indonesia, HAKI mulai populer memasuki tahun 2000 – sekarang. Tetapi ketika kepopulerannya itu sudah mencapai puncaknya, grafiknya menurun. Ketika mengalami penurunan, muncul lah hukum siber (cyber), yang ternyata perkembangan dari HAKI itu sendiri. Jadi, HAKI akan terbawa terus seiring dengan ilmu-ilmu yang baru. seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang tidak pernah berhenti berinovasi. Peraturan perundangan HAKI di Indonesia dimulai sejak masa penjajahan Belanda dengan diundangkannya: Octrooi Wet No. 136; Staatsblad 1911 No. 313; Industrieel Eigendom Kolonien 1912; dan Auterswet 1912 Staatsblad 1912 No. 600. Setelah Indonesia merdeka, Menteri Kehakiman RI mengeluarkan pengumuman No. JS 5/41 tanggal 12 Agustus 1953 dan No. JG 1/2/17 tanggal 29 Agustus 1953 tentang Pendaftaran Sementara Paten dan Pada tahun 1961, Pemerintah RI mengesahkan Undang-undang No. 21 Tahun 1961 tentang Merek. Kemudian pada tahun 1982, Pemerintah juga mengundangkan Undang-undang No. 6 Tahun 1982 tentang Hak Cipta. Di bidang paten, Pemerintah mengundangkan Undang-undang No. 6 Tahun 1989 tentang Paten yang mulai efektif berlaku tahun 1991. Di tahun 1992, Pemerintah mengganti Undang-undang No. 21 Tahun 1961 tentang Merek dengan Undang-undang No. 19 Tahun 1992 tentang Merek.⁴

Fenomena tentang pelanggaran Kekayaan Intelektual di Dunia semakin hari semakin meluas banyaknya bentuk pelanggaran terhadap Kekayaan Intelektual menandakan semakin menurunnya tingkat kesadaran

⁴diakses melalui : <https://andasiallagan92.wordpress.com/2014/04/15/hak-atas-kekayaan-intelektual-haki/> pada tanggal 2 Maret 2020

masyarakat terhadap rasa menghargai karya cipta orang lain salah satu contohnya adalah fenomena pemalsuan merek suatu produk di Indonesia yang semakin meluas, pelanggaran terhadap merek dimaksudkan untuk mendapatkan keuntungan pribadi secara mudah dengan melakukan tindakan meniru atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal di masyarakat tanpa memikirkan hak-hak orang lain yang hak-haknya telah dilindungi sebelumnya. Merek sebagai salah satu bentuk karya intelektual yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang sejenis, yang diproduksi oleh perusahaan lain. Merek dagang dapat menjadi *asset* bisnis dan usaha. Merek adalah modal Intelektual yang memiliki nilai ekonomi yang dapat ditingkatkan nilainya dalam produk dan teknologi. Merek dagang merupakan kekayaan industri dan juga kekayaan intelektual. Di Indonesia, hak merek dilindungi melalui Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016.

Perlindungan terhadap merek dagang juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dimana dalam pasal tersebut menjelaskan tentang pidana penjara dan denda bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran berupa penjiplakan dan peniruan terhadap merek yang sudah terkenal milik pihak lain, terdapat dalam pasal 100-103 yang berbunyi:⁵

Pasal 100

- (1) 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 lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) .

⁵Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun penjara dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Merek dagang merupakan hal baru yang belum pernah ada pada masa Rasulullah SAW. Sehingga dasar hukum perlindungan hak merek dagang belum tergambar secara tegas dan jelas oleh ulama fiqih terdahulu. Dalam hukum Islam, segala sesuatu dapat dimiliki kecuali benda yang Tidak bermanfaat seperti biji jagung, dan benda serta manfaat yang haram, seperti bangkai. Sedangkan merek bermanfaat dan tidak diharamkan, karenanya ia dapat dimiliki. Merek juga 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. Setiap pelanggaran atas merek berupa menjiplak, meniru, membajak, dan memalsukan produk bermerek hukunya haram, karena masuk dalam kategori

memakan harta orang lain dengancara batil.⁶ Allah *subhanahu wata'ala* berfirman:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

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

وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا أَنْفَضُوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ مِّنْ
اللَّهِوِّ وَمِنَ التِّجَارَةِ ؕ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّزُقِينَ ﴿١١﴾

Artinya:”Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah: "Apa yang di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perniagaan", dan Allah Sebaik-baik pemberi rezki. (Q.S Al- Jum’ah: 11).

Dari Abu Sa’id Al-Khudri radhiyallahu ‘anhu, Nabi shallallahu alaihi wasallam bersabda:

التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء

Artinya “Pedagang yang senantiasa jujur lagi amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang selalu jujur dan orang-orang yang mati syahid.” (HR. Tirmidzi, Kitab Al-Buyu’ Bab Ma Ja-a Fit Tijaroti no. 1130)

Dalam hukum Islam sendiri, Ulama Hanafi berpendapat bahwa Harta Kekayaan Intelektual (HKI) adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai harta dimata masyarakat, karena ia dapat dimanfaatkan dan adanya kewajiban membayar ganti rugi atas orang yang merusaknya. Dengan demikian, karena

⁶Ghazaly, Abdul Rahman, Ghufron Ihsan, Saipiudin Shidiq. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kecana Peranda Media Group,2010. h 65.

hasil karya dan merek dagang merupakan sesuatu yang mempunyai manfaat dan dapat dimiliki secara pribadi, mempunyai nilai, beredar dalam masyarakat dan menjadi objek transaksi antara masyarakat dan adanya hak menuntut melalui jalur hukum, maka merek dagang dan sejenisnya mempunyai status harta kekayaan pribadi bagi pemiliknya. Sehingga dapat menghalangi orang lain untuk memanfaatkannya tanpa izin dari pemiliknya.

Pemalsuan terhadap suatu Merek sangat merugikan banyak pihak terutama perusahaan yang menggunakan merek asli. Selain itu masyarakat juga dirugikan, karena masih banyak masyarakat yang sulit membedakan mana barang dengan merek asli dan mana barang yang menggunakan merek palsu. Ketika berbicara mengenai merek palsu maka akan banyak hal yang akan dibahas terkait masalah pemalsuan merek yang terjadi di Indonesia khususnya pada lapangan penelitian penulis. Fenomena pemalsuan merek ini juga banyak terjadi di Kota Bengkulu, salah satu yang menjadi fokus penelitian penulis adalah Merek-merek Kosmetik palsu yang banyak beredar di Kota Bengkulu. Penulis melakukan pra penelitian di Daerah Pasar Panorama Kota Bengkulu banyak ditemui pedagang kosmetik kaki lima yang diketahui banyak menjual kosmetik palsu, beberapa *Brand* atau Merek yang dipalsukan contohnya kosmetik bermerek *Ponds*, *Maybeline*, *Make Over*, *Channel*, *Focallure*, *Dermacol*, dan *Huda Beauty* diperjual-belikan secara bebas di Pasar Panorama⁷.

⁷ Observasi, Selasa 17 Maret 2020

Indikasi palsu pada merek-merek yang disebutkan di atas adalah terletak pada *Pertama*, harga kosmetik yang berada dibawah harga asli pada saat Brand tersebut melakukan *Lauching* Produk. Ketika kita bandingkan dengan harga pada *website* asli dimana barang tersebut juga diperjual-belikan secara resmi maka akan ditemukan harga yang berbeda dengan yang dijual di pasar Panorama. Misal pada produk Lipstik *Huda Beauty* di bandrol dengan harga asli Rp. 500.000 tetapi bisa dibeli dengan harga Rp. 30.000 di pasar panorama. Indikasi palsu *kedua*, teretak pada kualitas barang, Misal pada produk Lipstik *Huda Beauty* dari segi ketahanan produk dan warna produk akan terlihat bahwa pada produk asli lebih tahan dalam pemakaian jangka panjang dan lebih bagus warnanya sedangkan produk plsu lebih cepat hilang pada saat pemakian, warnanya jug berbeda dengan warna asli dan yang lebih membahayakan terkadang produk palsu membuat dampak negatif pada kesehatan si pemakai.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang hak merek dari tindak pelanggaran seperti pemalsuan. Melihat dari latar belang permasalahan yang ada, maka penulis akan membahasnya kedalam skripsi yang berjudul **“Pemalsuan Merek Kosmetik menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Hukum Islam di pasar Panorama Kota Bengkulu”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk-bentuk pelanggaran hak merek berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016?

2. Bagaimana tinjauan Hukum Islam tentang Pemalsuan Merek Kosmetik di Pasar Panorama Kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui bagaimana bentuk-bentuk pelanggaran hak merek berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016.
2. Mengetahui bagaimana Hukum Islam tentang Pemalsuan Merek Kosmetik di Pasar Panorama Kota Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis yaitu kegunaan yang dapat membantu kita untuk lebih memahami suatu konsep atau teori dalam suatu disiplin ilmu. Adapun kegunaan teoritis dari penelitian yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan dalam perkembangan Ilmu Hukum terhadap hak merek baik dalam Undang-Undang maupun dalam syariat Islam.

b. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis yaitu kegunaan yang bersifat terapan dan dapat segera digunakan untuk keperluan praktis, misalnya memecahkan suatu masalah, membuat keputusan, memperbaiki suatu program yang sedang berjalan. Kegunaan praktis yang diperoleh dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan konstutusi bagi masyarakat, agar masyarakat dapat memahami mengenai perlindungan hukum

terhadap hak merek dan tidak lagi melanggar aturan-aturan mengenai hak merek.

E. Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak terlalu melebar maka perlu peneliti batasi permasalahan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Pemalsuan Merek Kosmetik
2. Undang-undang tentang Merek dan Indikasi Geografis
3. Dalam Perspektif Hukum positif dan hukum Islam

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis mengambil beberapa contoh penelitian untuk dijadikan objek kajian terdahulu. Dan untuk mendukung pembahasan yang telah lebih mendalam mengenai pembahsan di atas, maka penulis berusaha melakukan kajian pustaka ataupun karya-karya yang mempunyai hubungan dengan masalah ini. Adapun penelitin yang terkait dalam hal ini sebagai berikut:

1. Rohmah Miftahul Jannah⁸, tentang “*Perlindungan Hak Merek Dagang Dalam Perspektif Hukum Islam*” dalam tulisannya tedapat permasalahan, bagaimana perlindungan hak merek dagang dalam pandangan hukum Islam dan apa dasar hukum perlindungan hak merek dagang menurut hukum Islam. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kepustakaan (*libary research*). Dalam hal ini Rohmah Miftahul Jannah menggunakan metode pengumpulan data melalui dokumentasi yaitu

⁸Rohman Miftahul Janna, *Perlindungan Hak Merek Dagang Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2010).

diamana penulis memperoleh data mengenai hal-hal atau variabel dengan metode literatur yang meneliti konsep-konsep atau teori-teori dari buku-buku terdahulu.

Pembeda antara skripsi penulis dengan skripsi Rohmah Miftahul Jannah adalah lebih berfokus pada perlindungan hak merek dagang menurut hukum Islam saja, sedangkan skripsi yang akan di bahas penulis yaitu tentang perlindungan hukum terhadap hak merek dagang menurut hukum Islam dan hukum positif. Pada skripsi Rohmah Miftahul Jannah menggunakan metode penelitian pustaka (*libary research*) sedangkan Penulis menggunakan metode Penelitian Lapangan (*field research*).

2. Skripsi Nike Ardila⁹, tentang Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dagang (Studi Komperatif Hukum Positif dan Hukum Islam). Dalam tulisannya terdapat permasalahan Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap hak merek dagang menurut Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016, Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap perlindungan hak merek dagang dan Apa saja perbedaan dan persamaan antara perlindungan hukum terhadap hak merek dagang menurut hukum positif dan hukum Islam

Pembeda antara skripsi penulis dengan skripsi Nike Ardila skripsi penulis lebih khusus menjabarkan tentang pelanggaran hak merek (kosmetik) dan Pada skripsi Nike Ardilamenggunakan metode penelitian pustaka (*libary*

⁹Nike Ardila, Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dagang (Studi Komperatif Hukum Positif dan Hukum Islam), (IAIN Bengkulu 2019).

research) sedangkan Penulis menggunakan metode Penelitian Lapangan (*field research*).

G. Metode Penelitian

Menurut Soerjono Soekanto, penelitian hukum merupakan suatu bentuk kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari suatu atau beberapa gejala hukum tertentu, dengan jalan menganalisisnya. Disamping itu, juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap suatu faktor hukum tersebut, untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan.¹⁰

Dalam skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini kategorikan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala¹¹. Penelitian ini menggunakan metode korelasi yaitu metode dengan menghubungkan antara variabel yang dipilih dan dijelaskan dan bertujuan untuk meneliti sejauh mana variabel pada suatu faktor berkaitan dengan variabel yang lain. Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mengetahui Implementasi Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek (Studi Kasus : Pemalsuan Merek Kosmetik di Kota Bengkulu) di tinjau dari Hukum Positif dan Hukum Islam.

¹⁰Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, (UI Press, Jakarta, 1981) h. 43

¹¹M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok materi Metodeologi dan Aplikasinya*, (jakarta:Ghalia Indonesia,2002), h. 11.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan selama kurang lebih satu bulan yakni pada tanggal 01April 2019 sampai dengan 01Mei 2019. Penelitian dilakukan di Pasar Panorama Kota Bengkulu. Pemilihan lokasi tersebut dikarenakan peneliti melihat banyak produk kosmetik palsu diperjualbelikan secara bebas di pasar tersebut.

3. Subjek/Informasi Penelitian

Yang menjadi Informan dalam penelitian ini adalah Pedagang kosmetik Palsu, Pembeli Kosmetik Palsu Pasar Panorama Kota Bengkulu.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Primer

Sumber primer, yaitu data yang diperoleh dari langsung dari sumber utamanya yang memuat informasi yang berhubungan dengan pokok masalah. Sehingga data primer adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara kepada informan yaitu Pedagang kosmetik Palsu, Pembeli Kosmetik Palsu, Pasar Panorama Kota Bengkulu.

b. Sumber Sekunder

Sumber skunder yaitu data yang mendukung atas permasalahan yang akan dibahas, yang diperoleh dari hasil studi perpustakaan bahan bacaan, buku-buku ataupun data serta wawancara.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang di butuhkan penulias akan

mengumpulkan data dengan memperoleh sumber data teknik yang dilakukan dengan:¹²

a. Dokumentasi

Molleong mengatakan bahwa dokumentasi adalah setiap bahasan tertulis atau film.¹³ Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan penghimpunan, pencatatan serta dengan menganalisis data-data tertulis berupa arsip mengenai data tentang Pemalsuan merek kosmetik di pasar panorama Kota Bengkulu.

a. Observasi

Observasi adalah penelitian atau pengamatan secara langsung kelapangan untuk mendapatkan data informasi dan mengetahui masalah yang diteliti. Observasi menurut kenyataan yang terjadi dilapangan dapat diartikan dengan kata kata yang cermat dan tepat apa yang diamati , mencatatnya kemudian mengelolanya dan diteliti sesuai dengan cara ilmiah. Dalam hal ini peneliti akan mengadakan penelitian dengan cara mengumpulkan data secara langsung melalui pengamatan lansung di lapangan terhadap aktivitas yang akan dilakukan untuk mendapatkan data secara tertulis yang dianggap relevan.

¹²Sugiyono,2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta), h, 309.

¹³ Lexy J. Molleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), h. 161.

b. Wawancara

Wawancara adalah sebagai proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik yang satu dapat melihat muka yang lain dan mendengarkan dengan telinga sendiri suaranya.

6. Teknik Analisa Data (Kritik Sumber)

Dalam analisa data kualitatif proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model interaktif. Menurut Huberman dalam model ini ada tiga komponen analisa. Diantaranya sebagai berikut :¹⁴

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyederhanaan data “kasa” yang muncul dalam catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, Menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data. Dalam hal ini data yang maksud ialah data yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara, dokumen-dokumen organisasi yang masih terkumpul menjadi satu atau disebut juga data kasar. Dengan reduksi data yang tidak perlu akan dibuang.

¹⁴Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta), h. 335.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, peneliti akan dapat memahami apa yang sedang terjadi maupun yang sudah terjadi, dengan data yang sudah diperoleh lapangan akan diambil kesimpulan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

c. Penarikan serta pengujian kesimpulan

Kesimpulan yang akan diambil tangani secara longgar dan tetap terbuka. Sehingga kesimpulan yang semula belum jelas, kemudian akan meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan tepat. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan maksud menguji kebenaran, ketetapan, dan mencocokkannya pada validitasnya. Sehingga penelitian yang sudah dilakukan, dapat diketahui kebenarannya dengan menggunakan penarikan data dan pengujian kesimpulan.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari empat bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I :Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II :Landasan Teori, tinjauan umum tentang perlindungan hukum, tinjauan umum tentang hak merek dagang kosmetik menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, tinjauan umum hak merek dagang kosmetik menurut hukum Islam.

BAB III :Pembahasan dan hasil penelitian yang berisi gambaran umum tentang objek penelitian bagaimana bentuk-bentuk pelanggaran hak merek berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016, bagaimana tinjauan Hukum Islam tentang Pemalsuan Merek Kosmetik di Pasar Panorama Kota Bengkulu.

BAB IV :Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran, daftar pustaka

BAB II

LANDASA TEORI

C. Tinjauan Umum Tentang Hak Merek Pedagang Kosmetik

1. Pengertian Merek dagang

Merek dagang menurut pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang berbunyi: “merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk memebedakan dengan barang sejenis lainnya”.

Merek dagang adalah salah satu kunci pertimbangan dalam keputusan bisnis. Merek dagang ialah nama atau simbol yang bersifat membedakan (baik berupa logo, cap/kemasan) untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual tertentu. Merek dagang dapat menjadi asset bisnis dan usaha. Merek merupakan modal intelektual yang memiliki nilai ekonomi yang dapat ditingkatkan nilainya dalam produk dan teknologi. Berbeda dengan produk yang dibuat di pabrik, merek dapat dipercaya menjadi motif pendorong konsumen untuk memilih suatu produk, kerana merek bukan hanya apa yang tercetak di dalam kemasan (produk nya) saja, tetapi merek termasuk apa yang ada di benak konsumen dan bagaimana konsumen meresponya.¹⁵

Membuat suatu usaha melalui merek dengan karakter suatu logo, nama, sombol, gambar, ataupun paduan dari karakter tersebut dengan

¹⁵Margono Dan Angkasa, *Komersial Aset Intelektual Aspek Hukum Bisnis*, (Jakarta: 2002), h 146

tujuan pembedaan identitas terhadap produk dipasar atau konsumen. Karena itu perusahaan cenderung untuk mencegah orang lain untuk memakai reputasi bisnis, good will, pasar serta konsumen yang besar.

Merek adalah tanda yang digunakan untuk barang atau jasa yang diperdagangkan. Merek dapat berupa huruf, angka, kata, gambar atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut termasuk garis dan warna. Sebagai tanda pembeda merek dapat berbentuk sederhana, akan tetapi ada kalanya merek dapat diciptakan dengan nilai yang kreatif yang tinggi, bahkan ada juga yang berupa kata ciptaan (*invented word*) yang sangat inovatif.¹⁶

Selain pengertian diatas ada beberapa pengertian merek menurut para ahli diantaranya sebagai berikut:

- a. H. M. N. Purwo Sutjipto, S.H., menyebutkan bahwa “merek adalah suatu tanda dengan nama suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lainnya yang sejenis”.
- b. Prof. R. Soekardono, S.H., memberikan rumusan bahwa “ merek adalah sebuah tanda dengan nama dipribadikan sebuah barang tertentu, dimana perlu juga dipribadikan asalnya atau menjamin kualitas barang dalam perbandingan dengan barang-barang yang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan”.
- c. Mr. Tirtamidjaya memberikan rumusan bahwa “suatu merek pabrik atau merek peniagaan adalah suatu tanda yang dibubuhkan diatas

¹⁶ Rahayu Hartini, *Hukum Komersial* (Malang :UMM Press, 2003), h. 336

bungkusnya, guna membedakan barang itu dengan barang-barang yang sejenis lainnya”.¹⁷

Merek dalam pasal 3 Undang-Undang tersebut dikatakan sebagai hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bebrsama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya. Dengan demikian sebagai hak eksklusif merek merupakan hak seseorang atau kelompok orang atau badan yang tidak boleh dikuasai orang lain untuk menggunakannya. Jika pihak lain ingin memilikinya, maka ia harus seizin pemiliknya sesuai peraturan perundangan-undangan yang berlaku. Praktik semacam ini nampaknya sama dengan apa yang berlaku pada hak atas kekayaan intelektual yang lain, yaitu hak cipta dan hak paten.¹⁸

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan pengertian bahwa merek adalah suatu tanda (*sign*) untuk membedakan barang-barang yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan oleh seseorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan barang-barang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang memiliki daya pembeda atau sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

¹⁷ Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997), h. 267-268

¹⁸ Abdul Rasyid Salim, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contih Kasus*, (Jkarta: Kencana, 2005), h. 165-166.

2. Jenis Merek Dagang

Menurut bunyi pasal 1, butir 2, 3 dan 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, bahwasannya merek dapat diklarifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu:

- a. 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, maksudnya adalah barang yang termasuk dalam satu cabang industri atau satu cabang perdagangan yang sama.
- b. 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.
- c. Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang atau jasa lainnya.

3. Unsur –Unsur Dalam Merek Dagang

Unsur yang ada dalam merek, menurut pasal 1 butir 1 Undang-Undang merek meliputi tanda yang berupa gambar, warna, 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. Untuk lebih jelasnya dapat dipahami uraian sebagai berikut:

- a. **Gambar.** Pengertian gambar ini, termasuk semua hasil karya. Bisa berupa lukisan (*drawing*), gambar teknik (*mechanical drawing*) baik yang dihasilkan oleh tangan maupun alat elektronik.
- b. **Nama.** Nama sebagai merek meliputi segala jenis benda budaya, barang ekonomi, makhluk hidup, atau benda mati. Meliputi juga nama perorangan, keluarga atau badan hukum, juga termasuk yang diambil dari segi geografi seperti gunung, kota, daerah, sungai, atau tempat.
- c. **Kata.** Kata atau *word*, jangkauan penggunaan kata menjadi merek meliputi segala bentuk perkataan-perkataan asing, nasional dan daerah. Bisa kata sifat, kata kerja dan kata benda. Boleh diambil dari istilah bidang tertentu, seperti istilah budaya, agama, pendidikan, kesehatan, teknik, olah raga dan lainnya.
- d. **Angka-angka.** Secara kasuistik penggunaan merek dengan angka-angka dapat dijadikan merek apabila angka-angka itu sudah “umum diterima” oleh masyarakat.
- e. **Susunan warna.** Merek yang terdiri dari susunan warna, lebih mempunyai karakter identitas bila dibandingkan dengan angka-angka. Oleh karena lebih potensial memiliki daya pembeda. Namun tidak mengurangi kemungkinan terjebak ke arah mendekati jenerik. Jika susunan warna menggambarkan bentuk jenis barang, berarti susunan warna dianggap sama dengan deskripsi jenis barang.

f. Kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Salah satu unsur dapat dikombinasikan dengan unsur lain atau seluruh unsur dikombinasikan. Dalam kenyataan banyak dijumpai merek yang berbentuk kombinasi dari berbagai unsur. Bahkan pada umumnya hampir semua merek merupakan kombinasi dari dua, tiga atau seluruh unsur. Minimal merupakan kombinasi antara gambar dengan perkataan.

Sebagai pembeda, dengan sendirinya suatu merek tidak boleh sama dengan merek lain dalam satu jenis perdagangan yang sama. Merek melekat dengan nilai-nilai ekonomi dalam dunia bisnis, dan oleh sebab itu seorang palaku usaha tidak boleh tanpa seizin pemiliknya menggunakan merek milik perusahaan lain. Seperti, Sebuah perusahaan rokok kecil yang baru beroperasi dengan motif agar perusahaan rokonya segera terkenal, sipemilik menggunakan merek rokok yang sudah termasyhur, maka dengan sendirinya perbuatan ini tidak bisa dibenarkan secara hukum. perbuatan ini sama halnya dengan praktik pembajakan, dalam arti mengambil atau meniru milik orang tanpa sepengetahuan dan seizin pemilik aslinya. Apabila praktik seperti ini terus berlanjut, kecenderungan akan meresahkan masyarakat, terutama bagi perusahaan yang merasa dirugikan.

Oleh karena itu jalan keluar yang diberikan oleh undang-undang untuk bisa menggunakan merek perusahaan orang lain yaitu dengan jalan pengalihan hak seperti: pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertentu, atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan (*vide* pasal 40 ayat 1). Atau dengan jalan lisensi dimana pemilik merek terdaftar

berhak memberikan lisensi kepada pihak lain dengan perjanjian bahwa penerima lisensi akan menggunakan merek tersebut untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa (*vide* pasal 43 ayat 1).

Merek dagang yang beredar di masyarakat berkenaan dengan barang atau jasa yang akan mereka beli nampaknya mereka sudah mempunyai persepsi atau penilaian bahwa barang atau jasa itu sangat lekat dengan merek-merek yang sudah populis (banyak dikenal) dikalangan masyarakat pengguna. Kita dapat memahami bahwa masa sekarang konsumen sudah sangat kritis terhadap produk kebutuhan merek sehari-hari. Justru karena dengan daya kritis itu masyarakat sulit dibohongi, apabila dipaksa untuk memakai sebuah produk yang tidak disukai, karena pada prinsipnya masyarakat mau menggunakan sebuah produk itu tidaklah semata-mata hanya karena pertimbangan rasional, bahkan juga mempertimbangkan emosional. Pertimbangan emosional inilah yang pada akhirnya membentuk sebuah komunitas loyalitas atas sebuah produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan tertentu.

4. Fungsi Merek Dagang

a. Fungsi pemberian merek

Pemberian merek dalam kemasan atau dari suatu produk pastinya memiliki fungsi dan tujuannya sendiri. Berikut ini merupakan fungsi pemberian merek terhadap suatu produk tersebut:

- 1) Merek sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang telah dihasilkan oleh seseorang, atau beberapa orang secara

kelompok ataupun badah hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum yang lain.

- 2) Sebagai alat untuk mempermudah dalam promosi produk, sehingga dapat mempromosikan produknya cukup dengan menyebutkan mereknya saja.
- 3) Sebagai bentuk jaminan kualitas mutu dari produk yang akan dipasarkan.

5. Syarat Dan Tata Cara Permohonan Merek¹⁹

Pasal 4

- (1) Permohonan pendaftaran merek diajukan oleh pemohon atau kuasanya kepada menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa indonesia.
- (2) Dalam permohonan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) harus mencantumkan:
 - a. Tanggal, bulan, dan tahun permohonan.
 - b. Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
 - c. Nama lengkap dan alamat kuasa jikan permohonan diajukan melalui kuasa;
 - d. Warna jika merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
 - e. Nama negara dan tanggal permintaan yang pertama kali dan hal permohonan diajukan dengan Hak Prioritas, dan;
 - f. Kelas barang dan/ atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/ atau jas.
- (3) Permohonan ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya.
- (4) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilampiri dengan label merek dan bukti pembayaran biaya.
- (5) Biaya permohonan pendaftaran merek ditentukan per kelas barang dan/ atau jas.
- (6) Dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label merek yang dilampirkan dan bentuk karakteristik dari merek tersebut.
- (7) Dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa suara, label merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.

¹⁹ Dr. Ermansyah Djaja, SH. MSI. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014). h. 198-200

- (8) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib dilampiri dengan suara pernyataan kepemilikan merek yang dimohonkan pendaftarannya.
- (9) Ketentuan lebih lanjut mengenai biaya permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) diatur dengan peraturan pemerintah.

Pasal 5

- (1) Dalam hal permohonan diajukan oleh lebih dari satu pemohon yang secara bersama-sama berhak atas merek tersebut, semua nama pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagai alamat pemohon.
- (2) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditandatangani oleh salah satu dari pemohon yang berhak atas merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para pemohon yang mewakilkan.
- (3) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang salah seorang pemohonnya atau lebih warga negara asing dan badan hukum asing yang berdomisili diluar negeri wajib diajukan melalui kuasa.
- (4) Dalam hal permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan melalui kuasanya, surat kuasa untuk itu ditandatangani oleh semua pihak yang berhak atas merek tersebut.

Pasal 6

- (1) Permohonan untuk lebih dari 1 (satu) kelas barang dan/ atau jasa dapat diajukan dalam satu permohonan.
- (2) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus menyebutkan jenis barang dan/ atau jasa yang termasuk kedalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai kelas barang dan/ atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan peraturan menteri.

Pasal 7

- (1) Permohonan dan hal yang berkaitan dengan administrasi merek yang diajukan oleh pemohon yang bertempat tinggal atau berkedudukan tetap diluar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia wajib diajukan melalui kuasa.
- (2) Pemohon sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib menyatakan dan memilih alamat Kuasa sebagai domisili hukum di Indonesia.

Pasal 8

Ketentuan lebih lanjut mengenai Syarat dan Tata Cara Permohonan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 6 diatur dengan Peraturan Menteri.

6. Pelanggaran Hukum Terhadap Hak Merek Dagang

Pelanggaran terhadap merek bertujuan untuk mendapatkan keuntungan pribadi secara mudah dengan mencoba atau melakukan tindakan, meniru atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal di masyarakat tanpa memikirkan hak-hak orang lain yang hak-haknya telah dilindungi sebelumnya. Menurut Molegraf, persaingan tak jujur atau tak sehat adalah suatu peristiwa dimana seseorang untuk menarik para langganan orang lain kepada perusahaan dirinya sendiri atau demi perluasan penjualan omzet perusahaannya, dengan menggunakan cara-cara yang bertentangan dengan itikad baik dan kejujuran di dalam perdagangan. Cara menyelesaikan kasus pelanggaran merek di tangani oleh pengadilan Niaga.

Pasal 10 ayat 2 kenvensi paris ditentukan bahwa setiap perbuatan yang bertentangan dengan “*honest practices industrial and commercial matters*” dianggap sebagai perbuatan persaingan tidak jujur, dan ayat 3 menentukan pelarangan semua perbuatan yang dapat menciptakan kekeliruan dengan cara apapun berkenaan dengan asal usul atau yang berkenaan dengan usaha-usaha industrial dan komersial dari seseorang pengusaha yang mengacaukan public berkenaan dengan sifat dan asal usul dari suatu barang. Praktik perdagangan tidak jujur meliputi:²⁰

- (a) Pratik Peniruan Merek Dagang (*Trandemark piracy*) Berupaya mempergunakan merek dengan meniru merek terkenal (*well know*

²⁰ Zaeni Asyhadie, S.H., M.Hum. 2014 *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya Di Indonesia*. (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada). h 218-220.

trade mark) yang sudah ada sehingga merek atas barang atau jasa yang sudah terkenal dengan maksud menimbulkan kesan kepada khalayak ramai, seakan-akan barang atau jasa yang diproduksinya sama dengan barang atau jasa yang terkenal.

- (b) Praktik Pemalsuan Merek Dagang (*Counterfeiting*) Berupaya dengan cara memproduksi barang-barang dengan mempergunakan merek yang sudah dikenal secara luas di dalam masyarakat yang bukan merupakan haknya.
- (c) Perbuatan-perbuatan yang dapat mengacaukan publik berkenaan dengan Sifat dan Asal Usul Merek (*Imitations of labels and packaging*). Berupaya dengan cara mencantumkan keterangan tentang sifat dan asal-usul barang yang tidak sebenarnya, untuk mengelabui konsumen, seakan-akan barang tersebut memiliki kualitas yang baik karena berasal dari daerah penghasil barang yang bermutu Sehubung dengan pelanggaran merek dalam Pasal 83 ayat 1 Undang- Undang No.20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa: “Pemilik merek terdaftar dan/atau penerima Lisensi Merek Terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan untuk barang atau jasa sejenis berupa gugatan ganti rugi dan atau

penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut”.²¹

7. Praktik Pemalsuan Merek Dagang

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian palsu adalah tiruan atau duplikasi dari benda yang aslinya. Maka jika dikaitkan dengan barang palsu yaitu segala sesuatu yang diciptakan baik itu benda ataupun suatu zat dengan meniru atau menggandakan sifat atau wujud sehingga jumlahnya lebih banyak dari benda atau zat yang aslinya. Pelanggaran terhadap merek bertujuan untuk mendapatkan keuntungan pribadi secara mudah dengan mencoba atau melakukan tindakan meniru atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal di masyarakat tanpa memikirkan hak-hak orang lain yang hak-haknya telah dilindungi sebelumnya. Tentu saja halhal demikian itu akan sangat mengacaukan roda perekonomian dalam skala nasional dan skala lokal. Pengusaha yang beritikad tidak baik tersebut dalam hal persaingan tidak jujur semacam ini berwujud penggunaan upaya-upaya atau ikhtiar, ikhtiar mempergunakan merek dengan memalsukan merek terkenal (*well know trade mark*) yang sudah ada sehingga merek atas barang atau jasa yang diproduksinya secara pokoknya sama dengan merek atas barang atau jasa yang sudah terkenal (untuk barang-barang atau jasa sejenis) dengan maksud menimbulkan kesan kepada khalayak ramai, seakan-akan barang atau jasa yang diproduksinya itu sama dengan produksi barang atau jasa yang sudah terkenal itu.

²¹ Fajar, Mukti dan Achmad, Yulianto. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 20

D. Tinjauan Umum Hak Merek Dalam Hukum Islam

1. Tinjauan Islam Tentang Hak Merek

Perlu diakui bahwa dalam Al-qur'an dan Sunnah tidak ditemui konsep atau pengaturan secara kontekstual atau eksplisit tentang hak atas kekayaan intelektual. Akan tetapi dari sekian banyaknya ayat Al-qur'an dan Sunnah, para Ulama (intelektual) sudah berupaya merumuskan prinsip-prinsip ekonomi Islam, sehingga dengan demikian dari prinsip-prinsip inilah dapat dipahami bagaimana konsep hak atas kekayaan intelektual menurut syariat Islam. Berikut beberapa prinsip ekonomi Islam yang dikemukakan oleh para ulama, yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual, yaitu:

- a. Manusia adalah makhluk penguasaan amanah Allah untuk memakmurkan kehidupan bumi, diberi kedudukan sebagai khalifah (wakil-Nya) yang wajib melaksanakan petunjuk-petunjuk-Nya.
- b. Bumi dan langit seisinya diciptakan untuk melayani kepentingan hidup manusia, dan ditunduk kepadanya untuk memenuhi amanah Allah. Allah jugalah pemilik mutlak atas semua ciptaan-Nya.
- c. Manusia wajib bekerja untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya.
- d. Kerja yang sesungguhnya adalah yang menghasilkan (produktif).
- e. Islam menentukan berbagai macam kerja yang halal dan yang haram. Kerja yang halal saja yang dipandang sah.
- f. Hasil kerja manusia diakui sebagai miliknya.

- g. Hak milik manusia diberikan kewajiban-kewajiban yang diperuntukan bagi kepentingan masyarakat. Hak milik berfungsi sosial.
- h. Kerjasama kemanusiaan yang bersifat tolong-menolong dalam suasana memenuhi kebutuhan perlu ditegakan.
- i. Nilai keadilan dalam kerjasama kemanusiaan perlu di tegakkan.
- j. Campur tangan Negara dibenarkan dalam rangka penertiban kegiatan ekonomi menuju tercapainya tujuan, terwujudnya keadilan sosial.

Campur tangan Negara dalam persoalan ekonomi menuju tercapainya keadilan sosial antara lain bisa mewujudkan membuat peraturan perundangan sebagaimana tertuang dalam Undang-undang tentang hak cipta, hak paten, hak atas merek dagang. Menciptakan perundang disini tidak lepas karena salah satu fungsi pemerintah adalah sebagai legislator, disamping juga perlu melakukan pengawasan jalannya perekonomian Negara.

Apabila kita cermati berkaitan dengan apresiasi (penghargaan) syariat bagi para pencipta, penemu (investor), dan bagaimana perlindungan bagi para pemegang hak atas kekayaan intelektual, antara lain: (Q.S az-Zalzalah, 99:7-8).

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Artinya: “Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan-Nya). Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan-Nya)”. (Q.S Az-Zalzalah 7-8)

Dalam hal ini manusia tidak boleh melakukan perbuatan jahat sekecil atau sesistematis apapun agar tidak diketahui oleh orang lain. Demikian pula jika sekiranya seseorang melakukan pelanggaran atas hak merek dengan cara tersembunyi, niscaya Tuhan tetap akan mengetahuinya. Tidak ada yang tersembunyi dihadapan Tuhan Yang Maha Melihat dan Maha Teliti atas semua perilaku ciptaan-Nya. Sebab itu agar terhindar dari siksa Tuhan kelak di akhirat, hendaknya semua pelaku bisnis perlu menghindari pelanggaran atas hak merek yang bukan miliknya.

Untuk bisa menguasai hak itu syariat memberikan jalan keluar melalui pemindahan hak, baik untuk seterusnya maupun untuk sementara waktu, asalkan saja masih dibenarkan oleh syariat. Antara melalui pewarisan, hibah, wasiat, jual-beli dan lain sebagainya, atau bahkan melalui lisensi, karena yang terpenting dalam pengalihan hak itu adalah saling suka sama suka antara pihak yang berkepentingan. Inilah sebenarnya pintu masuk (*entry point*) agar seseorang atau badan Hukum bisa menikmati hak atas merek terdaftar yang sebelumnya adalah hak orang lain.

Dengan demikian, secara umum, hak atas karya seseorang, baik yang berupa hak cipta, hak paten, maupun hak atas merek dagang merupakan hak milik yang sangat dihargai keberadaannya oleh syariat Islam, karena merupakan kekayaan yang dapat menghasilkan pemasukkan secara material (*financial*) bagi pemiliknya. Dalam masa sekarang ini hak diakui sebagai jenis dari suatu kekayaan atau komoditas, dimana pemiliknya berhak sepenuhnya untuk memenej sesuai keinginannya.

Sesuai keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor:1/MUNASVII/MUI/15/2005 tentang perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) bahwasannya dalam Hukum Islam, HKI dipandang sebagai salah satu *huquq maliyyah* (hak kekayaan) yang mendapat perlindungan hukum sebagaimana *mal* (kekayaan). Hanya saja HKI yang mendapat perlindungan Hukum Islam adalah HKI yang tidak bertentang dengan hukum Islam.

Sebagai kekayaan HKI dapat dijadikan objek akad (*al-ma'qud'alaihi*), baik akad *mu'awadhah* (pertukaran, komersial), serta dapat diwakafkan dan wariskan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Namun demikian perlu disadari bahwa yang berhak melakukan ini semua hanyalah pemilik hak yang sah yang diakui oleh syariat Islam. Barang siapa yang tidak memiliki hak dengan sendirinya haram (terlarang) melakukan.

Oleh karena itu, setiap bentuk pelanggaran terhadap HKI, seperti menggunakan, mengungkapkan, membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan, memperbanyak, menjiplak, memalsukan, membajak HKI milik orang lain secara tanpa hak merupakan kezaliman dan hukunya adalah haram.

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa ditengah atmosfer perdagangan bebas dalam era globalisasi sat ini dan akan datang, bagaimanapun masalah merek yang tertib sebagai simbol dari sebuah produk akan sangat menentukan dalam mewujudkan persaingan bisnis

yang jujur (fair) dan sehat. Permasalahan yang mencakup masalah merek telah diakomodasikan atau diwadahi dalam Undang-Undang Nomor. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang disertai dengan ancaman hukuman pidana yang tidak ringan bagi yang melanggarnya. Namun demikian akomodasi hukuman tentang hak merek ini tidak dapat menjangkau atau mengantisipasi seluruh kemungkinan pelanggaran atas kasus pelanggaran atas merek jika pemerintah tidak melakukan kerja sama dengan masyarakat. Dalam hal ini, baik peraturan perundangan nasional (hukum positif) maupun hukum syariat sangat keras memberikan sanksi terhadap siapapun saja yang melakukan perampasah hak yang melawan hukum. penggunaan atau penjiplakan merek dalam bentuk apapun pada hakikatnya sama halnya dengan melakukan pencurian yang akan mengakibatkan kerugian bagi orang lain. Sebab itu, disinilah arti penting perlindungan hukum yang merupakan antisipasi agar pelanggaran itu tidak terjadi.²²

Oleh karena itu kedepan, hendaknya pemerintah memperketat dalam pendaftaran merek yang akan diajukan oleh perorangan atau suatu badan hukum, selai juga perlu memperketat pengawasan, agar pelaksanaan perarutan perundangan tentang merek yang ada benar-benar bisa terwujud dan dapat menjamin keamanan bagi para pelaku bisnis dan masyarakat. Pengetatan pendaftaran merek dalam arti yang wajar, dimaksudkan untuk memberantas atau mengelemenir penjiplakan yang sewaktu-waktu bisa

²²Majelis Ulama Indonesia. *Himpunan Fatwa MUI Bidang Sosial dan Budaya*, (Penerbit Erlangga, 2015). h 240

bisa dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Sekaligus untuk memberikan kesadaran kepada masyarakat maupun badan usaha untuk melindungi ide kreatif penciptaan merek untuk setiap produk yang dihasilkan.

Majelis Ulama Indonesia (MUI), dalam Musyawarah Nasional VII MUI, pada 19-22 Jumadil Akhir 1426 H/26-29 Juli 2005 M, setelah menimbang:

a. Bahwa pada sekarang ini pelanggaran terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) telah sampai pada tingkat meresahkan, merugikan dan membahayakan banyak pihak, terutama pemegang hak, negara dan masyarakat.

b. Bahwa terhadap pelanggaran tersebut, Masyarakat Indonesia Anti pemalsuan (MIAP) telah mengajukan permohonan fatwa kepada MUI.

Oleh karena itu, MUI memandang perlu menetapkan fatwa tentang status tentang hukum islam mengenai HKI, untuk dijadikan pedoman bagi umat Islam dan pihak-pihak yang memerlukan.

Firman Allah SWT tentang larangan memakan harta orang lain secara batil (tanpa hak) dan larangan merugikan harta maupun hak orang lain, sebagai berikut:

(1) Dasar hukum tentang larangan hak merek dagang dalam Islam, menurut hukum Islam

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْءُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ كُلُوا

لِتَأْ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “Dan janganlah sebagian dari kamu memakan harta sebagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang batil (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian dari pada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui”. (Q.S. Al-Baqarah : 188).

وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya : “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.(Q.S. Asy-Syu’ara’ :183).

- (2) Hadis-hadis Rosulullah SAW yang menunjukkan bahwa manfaat/jasa itu secara umum mempunyai nilai harta (*Maaliyatul Manfaah*). Maka dari itu pelanggaran hak (*al-I’tida’*) terhadap merek dagang dengan melakukan pemalsuan/ peniruan (*al-Ghisy*) yang telah diharamkan dalam Islam, kita tidak boleh melanggar hak orang lain tanpa izin termasuk dalam masalah merek. Dalam kaedah fikih disebutkan.

لَا يَبُوزُ لِأَحَدٍ أَنْ يَتَصَرَّفَ فِي مِلْكِ الْغَيْرِ بِإِذْنٍ

Artinya : “Tidak boleh seseorang memanfaatkan kepemilikan orang lain tanpa izinnya”. (Lihat Ad Durul Mukhtaar fii Syarh Tanwirul Abshor pada Kitab Ghoshob, oleh Alaud-din Al Hashkafiy).

Diantara dalil diatas, hadis berikut menjelaskan dimana Nabi SAW bersabda:

لَا يَجِلُّ مَالٌ أَمْرِي إِلَّا بِطَيْبِ نَفْسٍ مِنْهُ

Artinya :”tidak halal harta seseorang kecuali ridha pemiliknya”.
(HR. Ahmad 5:72. Syaikh Syu’aib Al amauth berkata hadis tersebut shahih lilghoirihi).

Dari hadis diatas dapat dijelaskan bahwa kita dilarang untuk mengambil harta orang lain tanpa seizin pemiliknya. Dimana merek disini juga termasuk ke dalam harta, jadi bisa dikatakan bahwa mengambil atau menggunakan merek orang lain tanpa seizin pemiliknya maka tidak diperbolehkan dan hal tersebut haram. Jadi kita sebagai umat muslim seharusnya taat akan hukum Islam yang ada. Tidak hanya taat kepada hukum Islam saja tetapi juga taat akan hukum peraturan Undang-Undangan yang dibuat oleh Pemerintah. Berikut hadis yang menjelaskan bahwa kita harus taat kepada peraturan Pemerintah, selama peraturan tersebut tidak menyelisihkan aturan yang bertentangan dengan hukum Islam.²³

عَنْ ابْنِ عُمَرَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ قَالَ عَلِيٌّ الْمَرْءُ
لِمُسْلِمٍ اسْمَعُ وَالطَّاعَةُ فِيمَا أَحَبَّ وَكَرِهَ إِلَّا أَنْ يُؤْمَرَ بِمَعْصِيَةٍ فَاِئْتِ
بِمَعْصِيَةٍ فَلَا تَسْمَعُ وَلَا تَطَاعَةَ

Artinya: Dari Ibnu ‘Umar, dari Nabi SAW. Bersabda: “bagi setiap muslim, wajib taat dan mendengar kepada pemimpin (penguasa) kaum muslim dalam hal yang disukai maupun hal yang tidak disukai (dibenci) kecuali jika diperintahkan dalam maksiat. Jika diperintahkan dalam hal maksiat, maka tidak boleh menerima perintah tersebut dan tidak boleh taat”. *Muttaqin ‘alaihi*. (HR. Bukhari no. 7144 dan Muslim No. 1839).

²³<https://rumaysho.com/10343-hukum-menjual-produk-imitasi-kw>. Html diakses 10 2020. Pukul 11.12 WIB.

Dalam kehidupan bermuamalah, Islam telah memberikan garis kebijakan perekonomian yang sangat jelas. Transaksi bisnis juga merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan dan di muliakan oleh Islam. Perdagangan yang jujur sangat disukai oleh Allah, dan memberikan rahmatnya kepada orang-orang yang berbuat demikian. Perdagangan bisa saja dilakukan oleh individu maupun perusahaan dan berbagai lembaga tertentu. Upaya untuk mengantisipasi terjadinya kecurangan-kecurangan dalam jual-beli, baik yang berbentuk eksploitasi, pemerasan, monopoli, maupun bentuk kecurangan lainnya, tidak dibenarkan oleh Islam karena hal tersebut jelas bertentangan dengan syari'at Islam itu sendiri.

Islam tampil untuk memberikan segala ketentuan yang pasti dan menjauhkan berbagai pelanggaran tersebut. Semuanya dalam rangka memperlihatkan hak individu yang semestinya terlindungi dan menegakkan solidaritas yang tinggi dalam masyarakat. Hal ini dimaksudkan untuk memperlihatkan kepada dunia bisnis ketinggian moral yang diajarkan dalam Islam dan untuk menegakkan hukum-hukum Allah.²⁴

2. Kepemilikan Hak Merek Dalam Islam

Cara pandang manusia tentang kekayaan telah mengalami perubahan. Kekayaan pada saat ini tidak hanya berkaitan dengan materi saja, melainkan juga nonmateri, diantaranya adalah kekayaan intelektual seperti merek dagang. Perubahan persepsi masyarakat mengenai cakupan

²⁴Kutbuddin Aibak, *Kajian Fiqih Kontemporer*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2017), h. 213-214

kekayaan yang lebih luas dapat dijadikan sebagai dasar dalam menentukan hukum. hal ini berdasarkan alasan sebagai berikut:

- 1) Syari'at Islam datang bukan untuk mengekang urusan hidup umat manusia. Akan tetapi Islam datang untuk mengarahkan aktifitas dan tradisi mereka, yang menguntungkan dipertahankan dan disempurnakan, dan yang merugikan dijauhkan. Karena itu, setiap perintah agama pasti manfaatnya lebih besar dari kerugiannya dan sebaliknya setiap larangan agama, pasti kerugiannya melebihi manfaatnya.
- 2) Harta atau kekayaan (*wealth*) dalam bahasa arab disebut dengan *al-maal* (harta), sebagaimana telah diterangkan oleh Imam Syafii bahwa “setiap hal yang memiliki nilai ekonomis sehingga dapat diperjual-belikan, dan bila dirusak oleh orang lain, maka ia wajib membayar nilainya, walaupun nominal nilainya kecil”. Atau “segala sesuatu yang bermanfaat atau dapat dimanfaatkan, baik berupa benda atau kegunaan benda”, sebagaimana diungkapkan oleh para ulama mazhab hambali.

Dengan demikian, pengakuan dan penghargaan masyarakat Internasional terhadap kekayaan intelektual seseorang, termasuk kepemilikan suatu hak atas merek dagang tidak bertentangan dengan syari'at Islam. Karena pengakuan ini mendatangkan banyak kemaslahatan bagi umat manusia. Dengan demikian, sebutan harta kekayaan menurut para Ulama mencakup kekayaan intelektual yakni termasuk kedalam merek dagang, karena merek dagang merupakan kekayaan intelektual yang

mendatangkan banyak manfaat, dan memiliki nilai ekonomis yang dapat dikategorikan sebagai harta.

Menyangkut kepemilikan ataupun pemanfaatan suatu materi, Islam punya konsep, diantaranya sebagai berikut: *pertama*, materi yang *real*, misalnya merek dagang, barang dagangan produk industri. *Kedua*, materi yang *abstrak* contohnya teori-teori ilmiah, ide-ide kreatif tentang suatu rencana inovatif yang masih tersimpan didalam otak seorang pakar. Jika kepemilikan tersebut berupa merek dagang, maka seorang individu boleh memilikinya, dan diberikan perlindungan kepadanya agar orang lain tidak melanggar hak-haknya. Namun jika kepemilikan materi, ia boleh menjual atau mengajarkannya kepada orang lain.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Geografis Pasar Panorama

Pasar Panorama adalah salah satu pusat pasar terbesar di Kota Bengkulu. Hal ini disebabkan bahwa Pasar Panorama termasuk pasar yang sudah lama di Bengkulu dan barang-barang yang ditawarkan cukup lengkap mulai dari bahan makanan, pakaian, alat dapur dan sebagainya. Namun dalam penelitian ini hanya mengambil narasumber dari jenis pedagang yang menjual krim pemutih wajah.

Pedagang di Pasar Panorama dihuni oleh berbagai jenis suku asal, yaitu ada yang berasal dari penduduk asli Bengkulu dan ada juga penduduk yang berasal dari luar Bengkulu seperti dari Medan, Padang, Lampung dan bahkan juga ada berasal dari pulau Jawa. Dan memiliki berbagai agama seperti Islam, Kristen, Hindu dan masih ada juga yang menganut agama kepercayaan dari nenek moyang mereka.²⁵ Adapun batas-batas wilayah yang termasuk kawasan wilayah Pasar Panorama Kota Bengkulu yaitu:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan kelurahan Dusun Besar
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Lingkar Timur
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Jembatan Kecil
4. Seblah Timur berbatasan dengan Kelurahan Kebun Tebeng²⁶

B. Sekilas Pasar Panorama

1. Sejarah Pasar Panorama

²⁵RPJMD Kota Bengkulu Tahun 2018, h.15

²⁶Data Kantor Pasar Panorama Kota Bengkulu Tahun 2019

Pasar Panorama adalah pasar tertua yang ada di Bengkulu, dahulunya pasar tersebut disebut Terminal Panorama tempat antar kota. Pasar Panorama resmi berdiri pada tanggal 26 April 1984 oleh Menteri Perdagangan Indonesia dan dipertegas dengan adanya surat keputusan Walikota Madya Kepala Daerah Tingkat II Bengkulu untuk mengelolah Surat Tanda Bukti Hak Menempati (STBHM) biaya balik nama, retribusi kebersihan pasar, sewa kios atau ios, perantara, retribusi pada malam hari dalam wilayah Kota Madya Daerah Tingkat II Bengkulu.²⁷

Pada masa Bapak Thomas Iwan sebagai kepala pasar Provinsi Bengkulu, banyak transmigrasi dari luar provinsi Bengkulu menyebar diberbagai daerah provinsi bengkulu, sehingga Bengkulu berkembang pesat. Seiring dengan pertumbuhan penduduk Kota Bengkulu serta meningkatnya permintaan dari konsumen. Pasar Panorama pun turut berkembang dan pedagang mulai berdatang dari berbagai provinsi dengan membawa berbagai produk untuk di jual dan untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau pembeli.²⁸

2. Struktur Organisasi Pasar Panorama

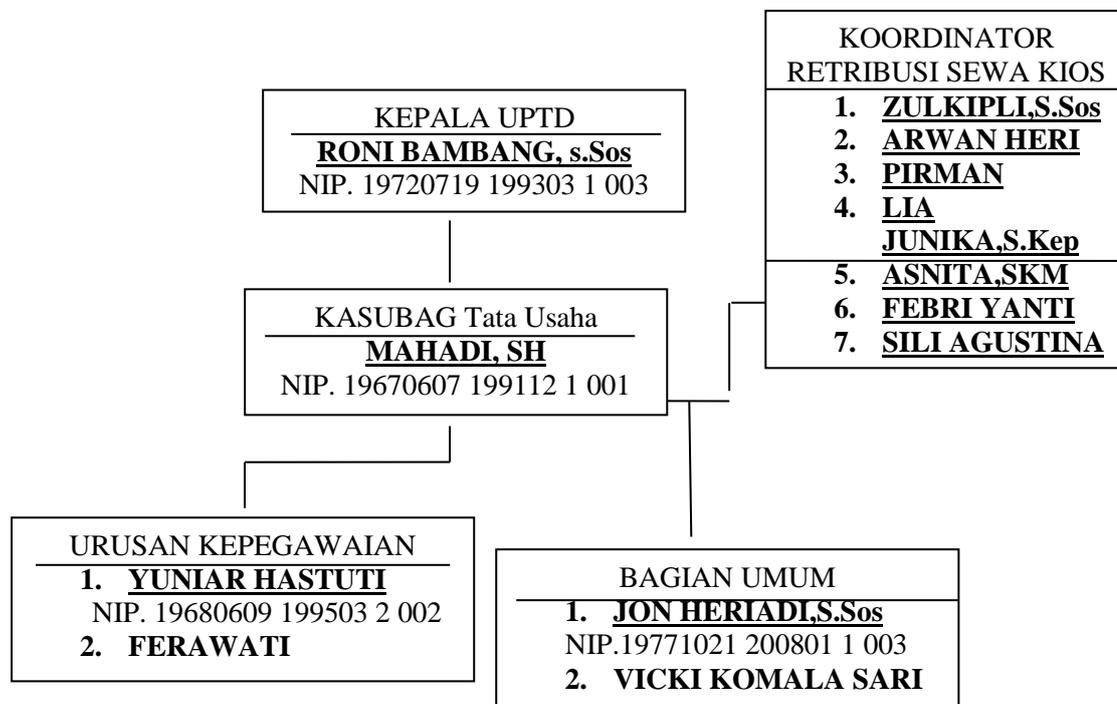
Struktur organisasi adalah sistem tugas, alur kerja, hubungan pelaporan dan saluran komunikasi yang dikaitkan secara bersama dalam pekerjaan individual maupun kelompok. Dengan adanya struktur organisasi menggambarkan pengaturan posisi pekerjaan, wewenang dan

²⁷Wawancara kepada bapak Jon Heriadi selaku bagian umum Pasar Panorama,12 Juni 2020

²⁸ Wawancara kepada bapak Thomas Iwan sebagai Kepala Pasar Panorama, 12 Juni 2020

tanggung jawab. Untuk lebih jelasnya, organisasi dan uraian tugas pada Pasar Panorama Bengkulu dapat dilihat di bawah ini.

Struktur Organisasi UPTD Pasar Panorama Bengkulu



Sumber: Kantor Pasar Panorama Kota Bengkulu

3. Keadaan Bangunan Pasar Panorama

Pasar Panorama salah satu pasar yang terdapat di Kota Bengkulu yang mengalami perkembangan yang sangat pesat dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pasar Panorama saat ini dibuka setiap hari dari pagi hingga malam hari. Pasar panorama memiliki luas lebih kurang 5,12 ha² dengan jumlah kios 60 petak dengan ukuran kios permanen 3x4m, semi permanen 2x3m. Di Pasar Panorama terdapat juga auning yang berjumlah lebih kurang 1020 buah. Saat ini Pasar Panorama tertata rapi sehingga pembeli dengan mudah dalam mencari barang kebutuhannya.

Pasar panorama sudah tertata dan ada pihak yang bertanggung jawab yang menanganinya yaitu Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD), namun masih banyak pula pedagang yang tidak menuruti peraturan yang berlaku, sebagian pedagang lebih suka berjualan di pinggir jalan. Hal tersebut sangat mengganggu aktifitas lalu lintas jalan itu sendiri karena jalan menjadi menyempit, sampah bertebaran, dan bau yang tidak sedap.

4. Keadaan Pedagang

Pedagang atau penjual di pasar Panorama Kota Bengkulu tidak hanya didominasi oleh masyarakat Bengkulu, akan tetapi terdiri dari berbagai macam daerah yang ada di Indonesia, yaitu Medan, Padang, Palembang, Lampung, Lintang. Tetapi kebanyakan pedagang di pasar Panorama itu didominasi oleh penduduk dari Padang. Seiring waktu pedagang atau penjual di pasar Panorama mengalami peningkatan mencapai kurang lebih 1532 orang. Pedagang atau penjual di pasar Panorama Kota Bengkulu. Pada umumnya yaitu pedagang eceran dan grosiran, menjual barang-barang perlengkapan kebutuhan sehari-hari.

a. Jenis Kelamin

Pasar Panorama Kota Bengkulu mempunyai jumlah pedagang 1320 jiwa yang terdiri dari laki-laki 650 orang, perempuan 670 orang dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 3.1

JUMLAH PEDAGANG DI PASAR PANORAMA

NO	JENIS KELAMIN	JUMLAH PENDUDUK
----	---------------	-----------------

1	Laki-laki	650
2	Perempuan	670
	Jumlah	1320

Sumber: Kantor Pasar Panorama Kota Bengkulu

Para pedagang perempuan bahkan lebih banyak mayoritasnya hingga mencapai 54%.

b. Asal

Para pedagang atau penjual di pasar Panorama berasal dari berbagai macam daerah di Indonesia seperti Medan, Padang, Jawa, Palembang, Lintang dan daerah asli Bengkulu dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 3.2

ASAL DAERAH PEDAGANG

NO	ASAL DAERAH	JUMLAH ORANG
1.	Medan	312
2.	Padang	320
3.	Jawa	315
4.	Palembang	285
5.	Bengkulu	300
	Jumlah	1532

Sumber: Kantor Pasar Panorama Kota Bengkulu

Dari tabel di atas, bahwa kebanyakan pedagang di Pasar Panorama Kota Bengkulu itu didominasi oleh penduduk dari Padang.

c. Pendidikan dan Sarana Pendidikan

Pendidikan para pedagang atau penjual di pasar Panorama Kota Bengkulu bervariasi ada yang lulusan SMP, SMA/SMK, dan bahkan ada yang lulusan diploma maupun Perguruan Tinggi dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 3.3

TINGKAT PENDIDIKAN PEDAGANG PASAR PANORAMA

NO	NAMA	JUMLAH
1	PRA SEKOLAH	156 Orang
2	SD	112 Orang
3	SLTP	150 Orang
4	SLTA	185 Orang
5	SARJANA	65 Orang

Sumber: Kantor Pasar Panorama Kota Bengkulu

Dari tabel di atas dapat diketahui para pedagang di Pasar Panorama mayoritas pendidikan SMA, hal ini dikuatkan oleh pendapat Bambang, ia mengatakan pedagang di Pasar Panorama rata-rata berpendidikan SMA/SMK yang terpenting kata beliau bisa melayani pembeli dengan baik saja.²⁹

Sarana pendidikan di Pasar Panorama belum tersedia dikarenakan pasar ini mengutamakan menjual berbagai barang dan juga di pasar ini tidak ada lahan kosong lagi untuk membangun sarana dan prasarana pendidikan. Perincian tabel sebagai berikut:

²⁹ Wawancara Kepada Bapak Romi, sebagai pedagang, 21 Juni 2020

Tabel 3.4
SARANA DAN PRASARANA PENDIDIKAN PASAR
PANORAMA

No	Jenis Pendidikan	Negeri	Swasta
1	TK	-	-
2	SD	-	-
3	SMP	-	-
4	SMA	-	-

Sumber: Kantor Pasar Panorama Kota Bengkulu

d. Agama dan Sarana Ibadah

Di pasar Panorama Kota Bengkulu mayoritas pedagangnya memeluk agama Islam dan sisanya menganut agama Kristen, dan Hindu. Walaupun demikian, pedagang di Pasar Panorama tetap berjualan secara damai dan saling menghormati keyakinan masing-masing. Di pasar Panorama pedagangnya mayoritas menganut paham Nahdatul Ulama dan ada juga yang mengikuti paham Organisasi Muhammadiyah. Walaupun begitu mereka tidak saling bermusuhan. Sedangkan kegiatan agama remaja di Pasar Panorama masih aktif, mulai dari acara risma dan aktifitas lainnya yang dilakukan setiap hari jumat sore. Perincian ini dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 3.5**AGAMA YANG DIANUT PEDAGANG PASAR PANORAMA**

NO	AGAMA	JUMLAH
1.	Islam	463
2.	Kristen	194
3.	Hindu	9

Sumber: Kantor Pasar Panorama

Tabel 3.6**SARANA IBADAH PASAR PANORAMA**

NO	Sarana Ibadah	Jumlah
1	Masjid	2
2	Musholla	-
3	Gereja	-
4	Wihara	-
5	Pura	-
	Jumlah	2

Sumber: Kantor Pasar Panorama

Dari tabel diatas bahwa di Pasar Panorama Kota Bengkulu memiliki 2 mesjid, tempat ibadah tersebut digunakan dengan sebaik-baiknya oleh pedagang maupun masyarakat disekitaran pasar Panorama. Salah satunya digunakan untuk menjalankan ajaran-ajaran Allah yakni nilai-nilai Islam.

5. Keadaan Barang Dagangan

Barang-barang dagangan yang diperjual belikan di pasar Panorama terdiri dari barang kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan primer seperti pangan, sandang dan papan, sedangkan barang sekunder seperti barang elektronik, barang kosmetik dan lain sebagainya. Jenis-jenis barang yang disediakan oleh pedagang di pasar Panorama, dapat dilihat pada Tabel Di bawah ini:

Tabel 3.7
Jenis-jenis Barang Dagangan di Pasar Panorama
Kota Bengkulu Tahun 2018

NO	Jenis Barang Dagangan	Jumlah (orang)
1	Ikan	35
2	Telur Ayam	100
3	Sembako	75
4	Pakaian dan Sepatu	60
5	Elektronik	45
6	Kosmetik	15
7	Makanan dan Minuman	20
8	Buah-buahan	30
9	Sayur-sayuran	75
10	Beras	30

Sumber Data: Dinas Pasar Panorama Kota Bengkulu

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Bentuk-bentuk pelanggaran hak merek kosmetik berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016.

Kosmetik ini berasal dari *kosmein* bahasa (Yunani) yang artinya “berhias”. Adapun bahan yang dipakai untuk mempercantik diri dahulu menggunakan bahan-bahan alami yang terdapat di sekitarnya. Sedangkan pada zaman sekarang kosmetik dibuat tidak hanya dari bahan alami tetapi juga dari bahan buatan untuk meningkatkan kecantikan.

Menurut Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika, kosmetika yaitu:

“Bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik”.³⁰ Alat-alat kecantikan Merek yang dipalsukan contohnya kosmetik bermerek *Ponds*, *Maybeline*, *Make Over*, *Channel*, *Focallure*, *Dermacol*, dan *Huda Beauty* diperjualbelikan secara bebas di Pasar Panorama.

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI dan penggolongan menurut kosmetik perawatan kulit (*skin-care cosmetics*). Dapat diartikan bahwa

³⁰Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia No 18 Tahun 2015

kosmetik yang dianggap dapat menyebabkan perubahan warna kulit dan dibuat baik secara tradisional maupun bahan kimia.

Dari data yang peneliti temukan di lapangan, diketahui bahwa proses jual beli kosmetik di Pasar Panorama Kota Bengkulu lumayan banyak dan berbagai merek atau nama seperti contohnya kosmetik bermerek *Ponds*, *Maybeline*, *Make Over*, *Channel*, *Focallure*, *Dermacol*, dan *Huda Beauty*, namun pada kenyataannya masih ada penjual kosmetik yang tidak memenuhi aturan-aturan atau ketentuan yang berlaku.

Sebagaimana Peneliti melakukan penelitian di lapangan dengan cara wawancara kepada para penjual kosmetik sebagai berikut :

Yesi mengatakan berprofesi sebagai penjual kosmetik di Pasar Panorama Kota Bengkulu sejak tahun 2009 sampai sekarang. Yesi menjual berbagai jenis kosmetik, seperti: contohnya kosmetik bermerek *Ponds*, *Maybeline*, *Make Over*, *Channel*, *Focallure*, *Dermacol*, dan *Huda Beauty*, kalau saya menjual kosmetik dari berbagai merek ini tentu dengan harga yang sangat rendah karena kebutuhan pasar dari harga asli, kalau dari kualitas tentu kurang dari yang asli sedangkan dari segi nama tentu sama saja.³¹

Hal senada yang diungkapkan oleh lina yang berprofesi sebagai penjual kosmetik di Pasar Panorama Kota Bengkulu. Lina juga menjual berbagai macam merek *Ponds*, *Maybeline*, *Make Over*, *Channel*, *Focallure*.³² Sedangkan hal yang sama di ungkapkan oleh Dini dia mengatakan bahwa kosmetik yang di jual di panorama memang berbeda baik dari segi harga,

³¹Yesi, Penjual kosmetik, wawancara, Kamis 11 Juni 2020

³²Lina, Penjual kosmetik, wawancara, Kamis 11 Juni 2020

kualitas, karena pada saat itu saya membeli *Ponds* dengan harga yang mahal ketimnagan dengan harga yang asli biasa di jual di toko pedia dan sophie, tentu secara kualitas juga berbeda terutama warna yang tidak bertahan lama.³³

Dari hal ini harga kosmetik yang berada dibawah harga asli pada saat Brand tersebut melakukan pemasaran produk yang beredar di pasaran terutama di pasar panorama sangat jelas sesuai dengan apa yang di ungkapkan oleh Yesi selaku penjual dia mengatakan produk yang saya jual ketika kita bandingkan dengan harga pada *website* asli dimana barang tersebut juga diperjua-belikan seperti gambar di bawah ini



**[ORIGINAL100%] LIPMATTE FOCALLURE
WATERPROOF**

Rp34.500

Dari kenyataan yang ada pada gambar di atas banrol harga 35.000 ribu tapi yang di jual pada pasar panorama dengan harga 75.000 ribu, inilah salah satu bentuk pemalsuan yang terjadi, memang secara kulaitas terlihat pada warna agak kurang cerah, ketahanan lama pemakaian kurang tahan, sedangkan yang asli sangat berbeaga secara kualitas. Tentu dari segi kualitas

³³ Dini, Pembeli kosmetik, wawancara, Rabu 24 Juni 2020

akan membahayakan pada pembeli karena tidak ada jaminan kualitas pada barang yang dijual.

Menurut Linda kami juga menjual barang sesuai dengan harga modal yang kami berikan namun kami tidak tau harga asli dari perusahaan bisa jadi kami menjual dari tangan ke tiga. Dan saya tidak juga tau secara hukum jika kami menjual tidak sesuai dengan harga yang asli.³⁴



Kenyataan yang sama ada pada gambar di atas banrol harga 16.000 ribu tapi yang di jual pada pasar panorama dengan harga 25.000 ribu, ini juga salah satu bentuk pemalsuan yang terjadi.

Sedangkan Menurut Yesi kami juga menjual barang sesuai dengan harga modal yang kami berikan namun kami tidak tau harga asli dari

³⁴ Linda, Penjual kosmetik, wawancara, Kamis 11 Juni 2020

prusaahaan biasa jadi kami membeli dari tangan ke tiga. Dan saya tidak juga tau secara hukum jika kami menjual tidak sesuai dengan harga yang asli.³⁵



Mall Maybelline Color Sensational Liquid Matte Lipstick (Matte Lipcream Dengan **30% OFF**)

Rp45.700 - Rp52.100 **Free lipstick**

~~Rp65.000-~~

Pada produk Lipstik *Huda Beauty* di bandrol dengan harga asli Rp. 45.000 tetapi bisa dibeli dengan harga Rp. 90.000 di pasar panorama. Indikasi palsu *kedua*, teretak pada kualitas barang, pada produk Lipstik *Huda Beauty* dari segi ketahanan produk dan warna produk akan terlihat bahwa pada produk asli lebih tahan dalam pemakaian jangka panjang dan lebih bagus warnanya sedangkan produk plsu lebih cepat hilang pada saat pemakian, warnanya jug berbeda dengan warna asli dan yang lebih membahayakan terkadang produk palsu membuat dampak negatif pada kesehatan si pemakai.³⁶

³⁵ Yesi, Penjual kosmetik, wawancara, Kamis 11 Juni 2020

³⁶ Linda, Penjual kosmetik, wawancara, Jumat 12 Juni 2020

Sedangkan hal yang sama di ungkapkan oleh Yuli dia mengatakan bahwa kosmetik yang di jual di panorama memang berbeda baik dari segi harga, kualitas, karena pada saat itu saya membeli *Huda Beauty* dengan harga yang mahal ketimnagan dengan harga yang asli biasa di jual di toko pedia dan sophie, tentu secara kualitas juga berbeda terutama warna yang tidak bertahan lama.³⁷

Melihat dari segi fenomena pemalsuan merek yang semakin banyak terjadi di Indonesia, dan di dalam Undang-Undang sudah jelas diatur mengenai para pelaku yang melakukan pelanggaran terhadap merek terdaftar. Sebagaimana yang telah di jelaskan di atas bahwa perlindungan terhadap hak merek dagang yaitu sebagai berikut:

Perlindungan Hukum Preventif adalah suatu perlindungan hukum yang diberikan Pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini juga terdapat di dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

Di dalam Undang-Undang menyebutkan dalam pasal 70-71 mengenai Pembinaan dan Pengawasan Indikasi Geografis yang berbunyi sebagai berikut:

Pasal 70

- (1) Pembinaan Indikasi Geografis dilakukan oleh pemerintah pusat dan/atau pemerintah daerah sesuai dengan kewenangannya.
- (2) Pembinaan sebagaimana dimaksud ayat (1) meliputi:
 - a. Persiapan untuk pemenuhan persyaratan Permohonan Indikasi Geografis;
 - b. Permohonan pendaftaran Indikasi Geografis;
 - c. Pemanfaatan dan komersialisasi Indikasi Geografis;

³⁷ Yuli, Pembeli kosmetik, wawancara, Kamis 11 Juni 2020

- d. Sosialisasi dan pemahaman atas Perlindungan Indikasi Geografis;
- e. Pemetaan dan inventarisasi potensi produk Indikasi Geografis;
- f. Pelatihan dan pendampingan;
- g. Pemantauan, evaluasi, dan pembinaan;
- h. Perlindungan hukum; dan
- i. Fasilitasi pengembangan, pengolahan dan pemasaran barang dan/ atau produk Indikasi Geografis.

Pasal 71

- (1) Pengawasan Indikasi Geografis dilakukan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah sesuai dengan kewenangannya.
- (2) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat pula dilakukan oleh masyarakat.
- (3) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dilakukan untuk:
 - a. Menjamin tetap adanya reputasi, kualitas dan karakteristik yang menjadi dasar diterbitkannya Indikasi Geografis; dan
 - b. Mencegah penggunaan Indikasi Geografis secara tidak sah.
- (4) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) disampaikan kepada pemegang hak Indikasi Geografis dan/ atau Menteri.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sampai dengan ayat (4) diatur dalam peraturan Menteri.

Sebagaimana di jelaskan di dalam pasal 70-71 bahwa pemerintah telah mengatur tindakan pencegahan agar tidak terjadinya pelanggaran terhadap merek terdaftar dimana Indikasi Geografis telah dilakukan pengawasan dan pembinaan baik oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Dimana pemerintah sendiri telah melakukan upaya pencegahan, dengan cara mensosialisasikan kepada masyarakat betapa pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dimana merek dagang termasuk kedalam (HKI) yang di lindungi oleh pemerintah dan ada Undang-Undang yang mengaturnya bagi yang melanggar.

Perlindungan Hukum Represif adalah perlindungan akhir berupa sanksi seperti, denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah melakukan suatu pelanggaran. Sebagaimana di jelaskan dalam pasal 100-103 bagi yang melakukan pelanggaran dan pemalsuan terhadap merek terkenal akan dikenakan sanksi dan denda.

Sanksi menurut kamus besar Bahasa Indonesia, sanksi adalah tindakan-tindakan (hukuman) untuk memaksa seseorang menaati aturan atau menaati ketentuan Undang-Undang. Adapun sanksi menurut sholehuddin, sanksi dalam hukumpidana terbagi atas dua yaitu: *pertama*, sanksi pidana sesungguhnya bersifat reaktif terhadap suatu perbuatan. *Kedua*, sedangkan sanksi tindakan lebih bersifat antisipatif terhadap pelaku perbuatan tersebut. fokus sanksi pidana ditunjukkan pada perbuatan salah yang telah dilakukan seseorang melalui pengenaan penderitaan agar yang bersangkutan menjadi jahat. Sanksi pidana juga lebih terarah pada upaya memberi pertolongan pada para pelaku agar ia berubah. Jadi sanksi pidana lebih menekankan unsur pembalasan (pengimbangan) dan merupakan penderitaan yang sengaja dibebankan kepada seorang pelanggar.

Sebagaimana yang telah dijelaskan di dalam pasal 100-103 sebagai berikut: Dalam pasal 100, menjelaskan bahwa setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya, pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain. Dapat dikenakan sanksi dan denda. Jadi yang dimaksud dengan “persamaan pada pokoknya” adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang

satu dengan merek yang lainnya, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek-merek tersebut.

Apabila merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/ atau jasa yang sejenis; maka permohonan pendaftar merek itu harus ditolak oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

Namun hal ini yang terjadi di pasar panorama tidak ada upaya penegakan hukum termasuk penerapan undang-undang Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 Pemilik merek dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis.

Jadi bagi yang melakukan pelanggaran atau menjiplak merek dagang dari merek terdaftar atau merek terkenal dapat dikenakan sanksi berupa pidana penjara dan denda. Menurut Lucky Setiawati, selain dapat menjerat pihak-pihak lain yang beritikad buruk memproduksi dan/ atau memperdagangkan barang palsu, Undang-Undang merek juga dapat menjerat pihak-pihak yang memperdagangkan barang yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam pasal 100. Apabila jenis barang yang di jual mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan bisa menyebabkan

kematian, maka tindak pidananya berupa kurungan penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun penjara dan/ atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).³⁸

Di dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2016 juga terdapat pasal yang menyebutkan mengenai Indikasi Geografis dan di dalam TRIPs terdapat juga pasal yang menyebutkan bahwa Negara anggota harus menyediakan perlindungan khusus untuk Indikasi Geografis. Indikasi Geografis pada dasarnya mempunyai persamaan dengan merek. Perbedaannya, pada Indikasi Geografis, suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang di dasarkan pada faktor lingkungan Geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari keduanya.

Pasal 102 menjelaskan bahwa setiap orang yang dengan sengaja memperdagangkan barang dan/ atau jasa dan/ atau produk yang mengetahui atau patut diketahui bahwa barang dan/ atau jasa dan/ atau produk tersebut merupakan hasil dari tindak pidana sebagaimana yang terdapat dalam pasal 100 dan pasal 101 dipidana penjara paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

B. Tinjauan Hukum Islam Tentang Pemalsuan Merek Dagang Kosmetik

Secara umum tujuan hukum Islam itu adalah sebagai kebahagiaan hidup manusia di dunia ini dan di akhirat kelak, dengan jalan mengambil (segala) yang bermanfaat dan mencegah atau menolak yang mudarat, yaitu yang tidak berguna bagi hidup dan kehidupan. Dengan kata lain, tujuan hukum Islam

³⁸ Hukum Online.Com. Apakah Pembeli Tas “KW” Bisa Dipenjara. Di Unduh Pada 12 Desember 2018, Jam 20:00 WIB

adalah kemaslahatan hidup manusia, baik rohani maupun jasmani, individu dan sosial. Kemaslahatan itu tidak hanya untuk kehidupan didunia saja tetapi juga untuk kehidupan yang kekal di akhirat kelak.

Sebagaimana yang telah di jelaskan bahwa Allah telah melarang Umat-Nya untuk mengambil hak orang lain tanpa si izin pemiliknya, dimana hal tersebut sama saja dengan mencuri.

A. Mencuri adalah mengambil sesuatu yang bukan haknya secara sembunyi-sembunyi tanpa sepengetahuan pemiliknya. Secara hukum, mencuri adalah perbuatan yang di larang oleh Negara begitupun dalam pandangan hukum Islam. Di mana Islam sendiri telah melarang Umat-Nya mencuri yang bukan haknya, sebagaimana firman Allah SWT sebagai berikut:

وَالسَّارِقُ وَالسَّارِقَةُ فَاقْطَعُوا أَيْدِيَهُمَا جِزَاءً بِمَا كَسَبَا نَكَالًا مِّنَ اللَّهِ

وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

Artinya :*“laki-laki yang mencuri dan perempuan yang mencuri, potonglah tangan keduanya (sebagai) pembalasan bagi apa yang mereka kerjakan dan sebagai siksaan dari Allah. Dan Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana”*.

B. Untuk menentukan status hukum dari pemalsuan merek dengan menyamakan hukum dari percurian sebagaimana dijelaskan di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yaitu dengan cara menggunakan metode *qiyas*. *Qiyas* adalah mempersamakan hukum suatu perkara yang belum ada ketetapan hukumnya. Di mana di dalam Islam sendiri belum ada hukum yang menjelaskan secara detail mengenai hukum bagi

pemalsuan merek dagang. Jadi di sini penulis menggunakan metode *qiyas* untuk menyamakan dengan hukum pencurian sebagaimana di maksud dalam Undang-Undang Merek. Dibawah ini merupakan pendapat para ulama mengenai hukum tentang pelanggaran merek dagang.

Menurut T.M. Habsi Ash-Shiddieqy yang dimaksud harta adalah:

- a. Nama selain manusia yang diciptakan Allah untuk mencukupi kebutuhan hidup manusia, dapat dipelihara pada suatu tempat dan dikelola dengan jalan ikhtiar;
- b. Sesuatu yang dapat dimiliki setiap manusia, baik oleh seluruh manusia maupun oleh sebagian manusia;
- c. Sesuatu yang sah untuk diperjualbelikan;
- d. Sesuatu yang dapat dimiliki dan mempunyai nilai seperti sebiji beras yang dapat dimiliki oleh manusia, dapat diambil kegunaannya dan dapat disimpan, tetapi sebiji beras menurut 'urf (adat) tidak bernilai, maka sebiji beras tidak dinilai harta;
- e. Sesuatu yang berwujud dan sesuatu yang tidak berwujud meskipun dapat diambil manfaatnya tidak termasuk harta. Misalnya manfaat; dan
- f. Sesuatu yang dapat disimpan dalam waktu yang lama atau sebentar dan dapat diambil manfaatnya.³⁹

³⁹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2010), h. 9

Imam syafi'i mengatakan *al-mal* dikhususkan pada sesuatu yang bernilai dan bisa diperjual-belikan dan memiliki konsekuensi bagi yang merusaknya.⁴⁰ Melihat hak merek dapat dikonsepsikan sebagai harta maka terjadi sebuah konsekuensi atas adanya kepemilikan sebuah harta. Hendi Suhendi mendefinisikan sebuah milik adalah kekhususan terhadap pemilik suatu barang menurut *syara'* untuk bertindak secara bebas bertujuan mengambil manfaatnya selama tidak ada penghalang *syar'i*.⁴¹

Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa kepemilikan sesungguhnya atas seluruh yang ada di dunia ini adalah milik Allah SWT, namun penggunaan hak milik oleh manusia dimungkinkan dapat dilakukan asalkan sesuai dengan syari'atnya. Selain mendapatkan harta, terdapat pula cara mengalihkan harta dalam Islam.

Menurut Abu Abdullah Arief Budiman, pengalihan harta dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Hibah yaitu sebuah akad yang tujuannya penyerahan seseorang atas hak miliknya kepada orang lain semasa hidupnya tanpa imbalan apapun;
- 2) Wasiat yaitu pemberian kepemilikan yang dilakukan seseorang untuk orang lain, sehingga ia berhak memilikinya ketika pemberi meninggal dunia;

⁴⁰ Dimyudin Djuwain, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010), h. 22

⁴¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah...*, h. 33.

3) Waris yaitu pemberian seluruh harta seseorang yang ditinggalkannya disebabkan dia meninggal dunia.⁴²

Pengalihan harta didalam Islam sama seperti dengan pengalihan hak merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak merek dalam pasal 41 ayat (1) yang berbunyi:

Hak atas merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena :

- a. Pewarisan;
- b. Wasiat;
- c. Wakaf;
- d. Hibah;
- e. Perjanjian: atau
- f. Sebab lain yang yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.

Konsekuensi adanya analogi dari hak merek menjadi sebuah harta menurut pandangan islam adalah apabila harta tersebut dibajak atau meniru, menjiplak dan diambil oleh orang lain yang tidak memiliki hak jika di dasarkan pada pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis itu sudah jelas termasuk dalam peniruan. Dalam hukum islam, hukum pidana disebut dengan hukum *jinayat*. Secara terminologi istilah *jinayat* menurut pendapat para ahli fiqih adalah perbuatan yang dilarang oleh *syara'*, baik mengenai jiwa, harta atau lainnya.

Analogi yang paling rasional terhadap pelanggaran hak merek terutama mengenai peniruan atau *syaraqah*. Menurut Muhammad Abu Syahban pencurian adalah pengambilan oleh seseorang *mukalaf* (yang

⁴² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah...*, h.69.

balig dan berakal) terhadap harta milik orang lain dengan diam-diam, apabila barang tersebut mencapai *nishab* (batas minimal) dan tempat simpanannya tanpa ada *syubhat* dalam barang yang diambil tersebut. Dengan demikian unsur dari pencurian yaitu:

Pengambilan secara diam-diam;

- a) Barang yang diambil merupakan harta;
- b) Harta tersebut milik orang lain; dan
- c) Adanya niat melawan hukum;

Agar mempermudah dalam menentukan hukuman bagi yang melakukan pencurian, meniru, menjiplak dan sebagainya yaitu: pertama, *ashal* merupakan kasus yang sudah ditetapkan dalam Al-Qur'an atau hadits. Ada beberapa Ulama yang menegaskan mengenai syarat *ashal* yaitu harus ada dalil/petunjuk di dalam Al-Qur'an ataupun Hadits, serta adanya kesepakatan para seluruh ulama tentang adanya sebab/*illat* yang menjadikan *ashal* itu sesuai dengan Al-Qur'an dan hadits. Tindakan yang dilakun oleh para pelaku usaha dagang yaitu, khususnya mengenai merek dagang yang malakukan peniruan terhadap merek terkenal seperti merek Adidas, Nike, kosmetik dan lain sebagainya dan menjualnya seakan-akan barang itu asli. Jelas bahwa *ashal*-nya sudah ditentukan dalam Qur'an Surat Al-Maidah ayat 38, yang berbunyi :

وَالسَّارِقُ وَالسَّارِقَةُ فَاقْطَعُوا أَيْدِيَهُمَا جَزَاءُ بِمَا كَسَبَا نَكَالًا مِّنَ اللَّهِ ^ق

وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ 

Artinya :“laki-laki yang mencuri dan perempuan yang mencuri, potonglah tangan keduanya (sebagai pembalasan bagi apa yang mereka kerjakan dan sebagai siksaan dai Allah. Dan Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksan”.

Kedua, *far'un* ialah hukum yang belum ada ketetapan hukumnya berdasarkan petunjuk Al-Qur'an dan Hadits yang ingin disamakan hukumnya dengan *ashal*. Adapun menurut jumhur ulama, *far'un* harus memiliki kesamaan dengan *ilatashal*, selain itu harus ada kesamaan mengenai hukumnya. Tindakan yang dilakun oleh para pelaku usaha dagang yaitu, khususnya mengenai merek dagang yang malakukan peniruan terhadap merek terkenal seperti merek Adidas, Nike, kosmetik dan lain sebagainya dan menjualnya seakan-akan barang itu asli, merupakan tindakan peniruan yang belum diatur dan disebutkan teksnya di dalam Al-Qur'an dan hadits. Selain itu adanya kesamaan *ilat ashal* merujuk pada definisi dari peniruan menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 pasal 100 ayat (1) yaitu:

Setiap orang yang dengan tanpa hak merek yang sama pada keseluruhan dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Ketiga, hukum *ashal*, adalah hukum *syara'* yang ditetapkan oleh *nash* pada *ashal* dan ingin ditetapkan juga pada *far'un*. Adapun syarat hukum *ashal*, yaitu:

- a. Hukum *ashal* harus merupakan hukum *syara'*. Hukum *syar'* disini merupakan firman Allah SWT yang mengatur amal perbuatan orang mukalaf, baik berupa perintah, larangan, anjuran. Adapun hukum

syara' yang sering digunakan adalah hukum *taklifi* dimana hukum tersebut merupakan perintah, larangan dan anjuran. Hukum *taklifi* dibagi menjadi:

1) Wajib yaitu sesuatu yang diharuskan oleh Allah SWT dan Rasul untuk dilaksanakan oleh tiap mikalaf, apabila dilaksanakan mendapat pahala bila dilakukan dan apabila ditinggalkan mendapat dosa.

2) Mandub yaitu sesuatu yang dianjurkan oleh Allah SWT dan Rasul, mendapat pahala bila dilakukan dan tidak dicela bila tidak dilakukan.

3) Haram yaitu sesuatu yang ditinggalkan mendapat pujian dan bila dilakukan mendapat dosa.

4) Makruh yaitu sesuatu apabila dikerjakan mendapat pujian dan bila ditinggalkan tidak apa-apa.

b. Mubah yaitu sesuatu yang dilakukan atau tidak dilakukan tidak mendapat konsekuensi apapun.

C. Hukum *ashal* harus berdasarkan Al-Qur'an atau hadits, tidak boleh berasal dari *ra'yu*. Berdasarkan penelitian ini, jelas bahwa hukum *ashal* yang digunakan adalah haram sebagaimana Q.S Al-Maidah ayat 38.

Keempat, *illat* hukum. Sifat yang menjadi dasar penetapan hukum pada *ashal* dan oleh karena sifat tersebut terdapat pada *far'un*, maka *far'un* disamakan hukumnya dengan *ashal*. Adapun syarat *illat* adalah

mengandung hikmah yang mendorong pelaksanaan suatu hukum, harus bisa dicapai oleh akal manusia, harus dapat diamati oleh manusia, dapat dirasakan oleh orang. Jadi dalam hukum Islam mengenai pemalsuan hak merek dagang itu diharamkan sesuai dengan fatwa MUI, karena pemalsuan atau meniru karya orang tanpa izin itu tidak dibenarkan oleh Islam dan merupakan kezaliman dan hukumnya adalah *haram*. Sebagaimana telah diterangkan didalam hadis maupun didalam Al-Qur'an bahwa Allah mengharamkan orang mengambil hak orang lain tanpa izin. Nabi Saw Bersabda:

لَا يَحِلُّ مَالُ أَمْرِي إِلَّا بِطَيْبِ نَفْسٍ مِنْهُ

Artinya: “tidak halal harta seseorang kecuali dengan ridha pemiliknya”.
(HR. Ahmad 5: 72. Syaikh Syu'aib Al Amauth berkata bahwa hadis ini *shahih lilghoirihi*).

Dari hadis di atas dapat diketahui bahwa Islam melindungi hak seseorang, dalam hal ini tidak lepas dari hak seseorang dalam merek dagang miliknya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam pembahasan tentang Pemalsuan Merek Kosmetik Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dan Hukum Islam Di Pasar Panorama Kota Bengkulu, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh penjual kosmetik di pasar panorama sebagai berikut: *pertama* di sisi harga jelas berbeda yang asli dengan yang dijual di pasar panorama kota Bengkulu *kedua* dari bentuk juga mudah berubah dari pada yang asli, *ketiga* kualitas sangat berbeda terutama dari ketahanan pada saat pemakaian, bagi yang melakukan pelanggaran atau menjiplak merek yang sudah terkenal dapat dikenakan sanksi pidana penjara dan denda sebagaimana yang telah dijelaskan di dalam Undang-Undang, karena merek merupakan suatu asset yang di lindungi.
2. Dalam Islam juga dijelaskan bahwa pemalsuan merek itu merupakan perbuatan yang di larang oleh Allah dan hukumnya *haram*. Penulis menyimpulkan bahwa dalam Islam hukuman yang bagi yang melakukan pelanggaran / penjiplakan dapat dikenakan hukuman potong tang karena bagi yang melakukan pemalsuan merek sama saja dengan mencuri dalam Islam dan hal itu sudah jelas di larang dan di haramkan dalam Islam. Dan Fatwa MUI juga memandang pemalsuan merek itu termasuk kedalam

Hak Kekayaan Intelektual (HKI), juga melarang melakukan tindakan pemalsuan dan itu juga di haramkan.

B. Saran

1. Bagi Penjual dan pembeli hendaknya menaati peraturan yang ada baik itu peraturan undang-undang yang berlaku maupun hukum Islam, jika terjadi pelanggaran hukum akan berdampak pada kehidupan dan merugikan beberapa pihak. Seharusnya para pelaku usaha jika bisa membuat produk sendiri yang lebih baik hendaknya memakai merek sendiri karena apabila menggunakan merek produk orang lain maka akan merugikan pemilik merek, untuk distributor atau penjual alangkah lebih baiknya menjual produk yang asli. kerena dengan menjual produk yang asli kita sama-sama tidak dirugikan baik pembeli maupun penjual. Dan dengan menjual produk sendiri membuat kita lebih kreatif dan menambah banyak para pelaku usaha di Indonesia.
2. Untuk pemerintah seharusnya pemerintah berupaya untuk melakukan penegakan hukum khususnya perlindungan merek dagang. Agar penegakan hukum di Indonesia bisa maksimal, kemudian hukum positif dan hukum Islam agar selalu berdampingan agar semua bisa bersinergi untuk mewujudkan penegakan hukum yang adil.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-buku

- Abdul Rasyid Salim, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contih Kasus*, Jkarta: Kencan, 2005
- Ahmad Miru, *Hukum Merek*, Jakarta: Rajawali Pers, 2005
- Ermansyah Djaja, SH. MSI. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakrta: Sinar Grafika, 2014
- Fajar, Mukti dan Achmad, Yulianto. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif& Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Farida Hasyim. “*Hukum Merek Dagang*” (Jakarta: Sinar Grafika
- Ghazaly, Abdul Rahman, Ghufron Ihsan, Saipiudin Shidiq. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kecana Peranda Media Group,2010
- M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok materi Metedeologi dan Aplikasinya*, jakarta:Ghalia Indonesia ,2002
- Majelis Ulama Indonesia. *Himpunan Fatwa MUI Bidang Sosial dan Budaya*, Penerbit Erlangga, 2015
- Margono Dan Angkasa, *Komersial Aset Intelektual Aspek Hukum Bisnis*, Jakrta: 2002
- Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, UIN-Maliki Press, 2016
- Rahayu Hartini, *Hukum Komersial Malang* :UMM Press, 2003
- Ranti Fauza Mayana, *Perlindungan Desain Industri di Indonesia dalam Era Perdagangan Bebas*, Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004.
- Rohman Miftahul Janna, *Perlindungan Hak Merek Dagang Dalam Perspektif Hukum Islam*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2010
- Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997
- Sorjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1981.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2007.

Zaeni Asyhadie, S.H., M.Hum. 2014 *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya Di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

B. Artikel dan Jurnal

Cita Citrawinda Priapantja, Menyambut Hari HKI Sedunia, HKI Meningkatkan Kreatifitas Masyarakat, *Jurnal Hukum Bisnis*, volume 13, April 2001.

Etry Mike, Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Tindakan Pelanggaran Pembajakan Buku Elektronik Melalui Media Online, *Jurnal Al Ijarah (jurnal Pemerintahan dan Politik)*, Vol. 2, Nomor 2 Tahun 2017

<https://andasiallagan92.wordpress.com/2014/04/15/hak-atas-kekayaan-intelektual-haki/> diakses pada tanggal 2 Maret 2019

<https://sumberfkip.blogspot.com/2018/04/manfaat-teoritis-dan-manfaat-praktis.html> diakses pada tanggal 04 Maret 2019

Nike Ardila, Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dagang (Studi Komperatif Hukum Positif dan Hukum Islam), (IAIN Bengkulu 2019).

C. Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, Tentang Merek dan Indikasi Geografis

