

**ANALISIS HUKUM TERHADAP BEREDARNYA PRODUK
BRAND JILBAB RABBANI PALSU DI KABUPATEN JEMBER
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NO 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DAN
HUKUM EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Ditujukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syari'ah
Program Studi Huku Ekonomi Syari'ah



oleh :

ASTIN YUNIAR
NIM. S20162037

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS SYARIAH
AGUSTUS 2020**

**ANALISIS HUKUM TERHADAP BEREDARNYA PRODUK
BRAND JILBAB RABBANI PALSU DI KABUPATEN JEMBER
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NO 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DAN
HUKUM EKONOMI ISLAM**

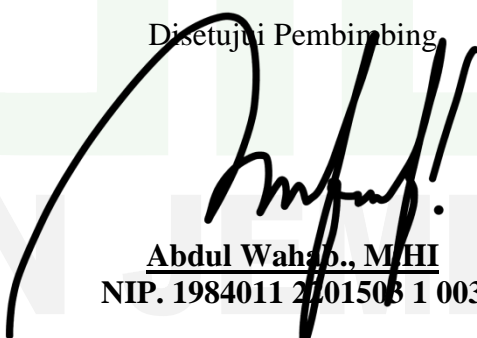
SKRIPSI

Ditujukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S,H)
Fakultas Syari'ah
Program Studi Huku Ekonomi Syari'ah

Oleh:

ASTIN YUNIAR
NIM. S20162037

Disetujui Pembimbing



Abdul Wahab., M/Hi
NIP. 1984011 201503 1 003

**ANALISIS HUKUM TERHADAP BEREDARNYA PRODUK
BRAND JILBAB RABBANI PALSU DI KABUPATEN JEMBER
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NO 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DAN
HUKUM EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Fakultas Syari'ah
Program Studi Huku Ekonomi Syari'ah

Hari : Senin
Tanggal : 20 Juli 2020

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Inayatul Anisah, S.Ag, M.Hum
NIP. 19740329 199803 2 001



Basuki Kurniawan, M.H
NIP. 19890206 201903 1 006

Anggota

1. Mahmudah, S.Ag, M.Ei
2. Abdul Wahab, M.Hi



Menyetujui
Dekan Fakultas Syariah

Prof. Dr. Muhammad Noor Harisudin M.Fil.I
NIP. 19780925 200501 1 002

MOTTO

“Bumi Ini Bisa Mencukupi Tujuh Generasi, Namun Tidak Akan Pernah Cukup
Untuk Tujuh Orang Yang Serakah.”

Mahatma Gandhi.



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan mengucap rasa syukur yang tiada batas kepada Allah S.W.T yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan hingga di bangku kuliah. Ucapan terimakasih juga selalu penulis haturkan untuk Baginda Rasulullah Muhammad Saw. Segala hal telah penulis lalui selama 4 tahun berproses di kampus Institut Agama Islam Negeri Jember, tentu segalanya tidak akan berjalan lancar tanpa ada dukungan-dukungan dari banyak pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih dan akan penulis persembahkan skripsi ini terkhusus untuk:

1. Orang tua penulis yang telah merawat dan mendidik penulis hingga saat ini, dan juga selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun materil. Ibu Sri Asih dan Bapak Sali.
2. Kakak yang banyak membantu dan sering penulis repotkan saat masih tinggal di Ma'had, Wiwin Tri Wahyuni.
3. Kakek-Nenek dan Keluarga besar yang selalu memberikan doa dan dukungan.
4. Guru-guru dari TK hingga SMA, serta Ustad-Ustadzah yang telah menhajarkan banyak ilmu serta mendidik dengan baik di sekolah.
5. Ibu Dr. Sri Lumatus Sa'adah, M.HI selaku Dosen Pembeimbing Akademik yang telah dengan sabar membimbing saya selama di kampus, Bapak Abdul Wahab, M.HI selaku Dosen pembimbing Skripsi yang telah banyak memberi bimbingan dan arahan kepada penulis.
6. M. Rifqi Bahtiar, S.Pi yang selalu menemani dan memberikan dukungan kepada penulis, juga kepada Ibu dan Bapak serta Keluarga.

7. Sahabat-sahabat saya dalam mengarungi suka dan duka kehidupan kampus, Arifatul Uyun, S.H, Kamiliatul Ulum, S.H, Hidayatul Munawaroh, S.H, Syahadatul Nur Hidayah, S.H, Qurrota Aqyun, S.H.
8. Novia Rohamatin S.E dan Deyis Maghfiroh, S.Ag sahabat terbaik penulis selama di Makhad Al-jamiah IAIN Jember hingga sekarang.
9. Rekan rekan seperjuangan di kelas Muamalah 1.
10. Sahabat-sahabat di PMII rayon syariah juga HMPS HES yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman berharga bagi penulis.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan “Gemilang” yang telah memberikan banyak pengalaman dan hangatnya persahabatan.
12. Pihak “Beasiswa Pemkab Jember” yang telah membantu biaya pendidikan penulis .



KATA PENGANTAR



Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayat, dan Karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Hukum Terhadap Beredarnya Produk Tiruan Brand Jilbab Rabbani Palsu Di Kabupaten Jember Perspektif Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Dan Pandangan Hukum Ekonomi Islam”.

Penyusunan skripsi ini adalah salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata-1 di program studi hukum ekonomi syariah IAIN Jember. Skripsi ini tentu tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dari dosen pembimbing, untuk itu saya ucapkan banyak terimakasih kepada:

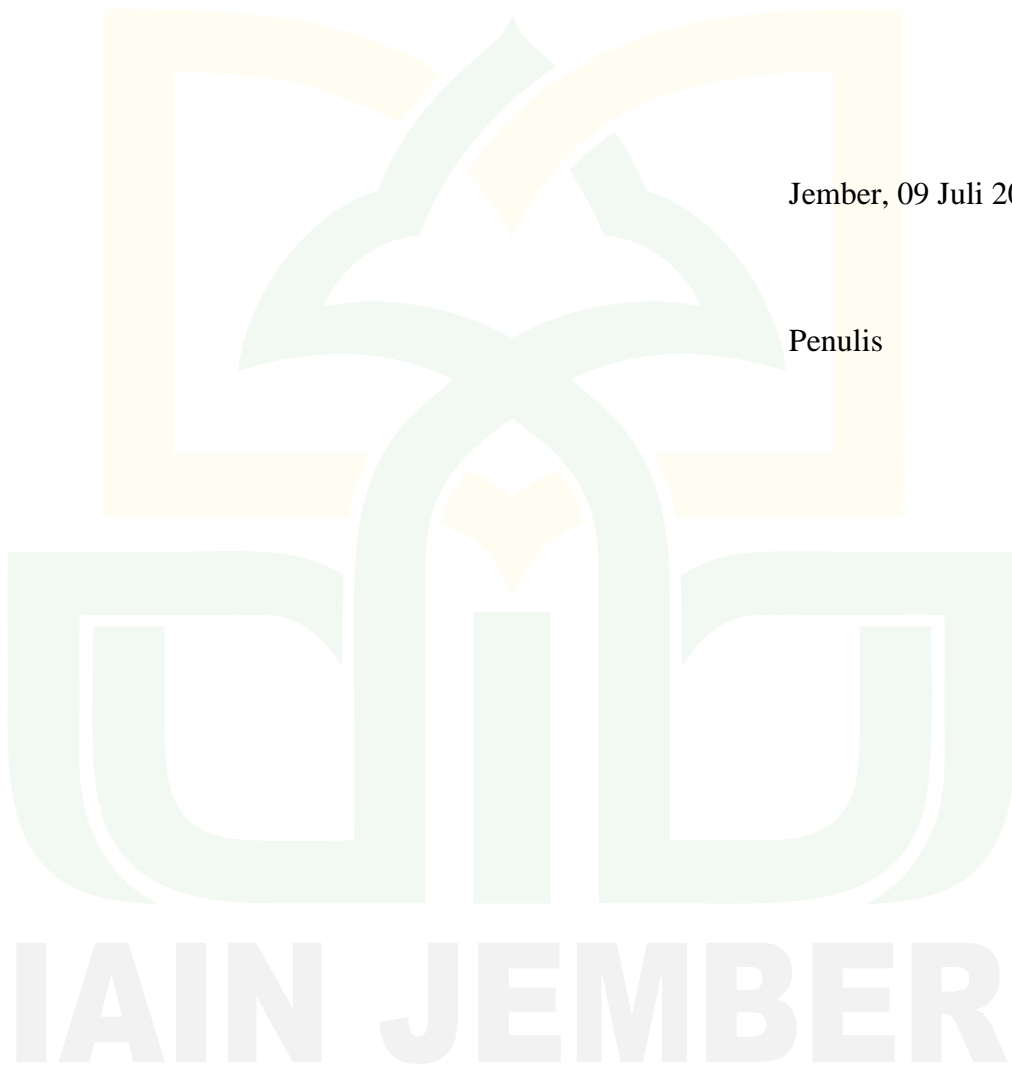
1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E, M.M, selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Prof. Dr. M.N. Harisudin, M.Fil, selaku Dekan Fakultas Syariah.
3. Bapak Martoyo M,H, selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi.
4. Ibu Busriyansi, M.Ag, selaku ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
5. Semua Dosen Fakultas Syariah yang telah memberikan Ilmunya dengan ikhlas kepada penulis, juga para staf dan karyawan Fakultas Syariah yang telah banyak membantu keperluan administratif penulis.

Semoga segala amal baik Ibu/Bapak dicatat amal baik dan mendapat balasan dari Allah S.W.T, dan tak pula saya ucapkan terimakasih untuk teman-temas kelas HES 1 yang telah menemani dan juga memberikan motivasi untuk saya.

Penulis menyadari bahwasanya masih banyak kekurangan maupun kesalahan dalam penulisan skripsi ini, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca demi kesempurnaan dan perbaikan proposal ini. Penulis sangat berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca khususnya bagi teman-teman prodi hukum ekonomi syariah.

Jember, 09 Juli 2020

Penulis



ABSTRAK

Astin Yuniar, 2020: *Analisis Hukum Terhadap Beredarnya Produk Brand Jilbab Rabbani Palsu Di Kabupaten Jember Perspektif Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dan Hukum Ekonomi Islam.*

Hak merek adalah hak kekayaan industri yang dilindungi oleh sistem Hak Kekayaan Intelektual. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 dimensi atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. Dalam Hukum Positif maupun Hukum Islam di Indonesia telah melarang adanya penjiplakan merk, namun pada kenyataannya masih banyak adanya produk-produk tiruan dari *brand* yang telah memiliki hak merek, seperti adanya produk Jilbab Rabbani palsu dipasaran Kabupaten Jember.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah : 1) Apa faktor-faktor adanya jual beli jilbab rabbani palsu di Kabupaten Jember? 2) Bagaimana pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis terhadap adanya penjualan barang tiruan jilbab Rabbani di Kabupaten Jember? 3) Bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Islam terhadap adanya penjualan barang tiruan jilbab Rabbani di Kabupaten Jember?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan faktor-faktor yang menyebabkan adanya jual beli jilbab Rabbani palsu di Kabupaten Jember. Peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu pendekatan kualitatif (*approach*). Adapun teknik pengumpulan data dengan menggunakan *interview*, dan *dokumentasi*. Analisa data menggunakan metode induksi dan deduksi. Keabsahan data menggunakan triangulasi data.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan yaitu : 1) faktor adanya jual beli jilbab Rabbani palsu di Kabupaten Jember adalah : *pertama*, faktor harga, harga jilbab Rabbani palsu yang lebih murah cenderung membuat konsumen lebih tertarik. *Kedua*, faktor ketidaktahuan pembeli, tidak semua konsumen mengetahui adanya jilbab Rabbani palsu, terlebih jika penjual tidak menjelaskan, hal ini membuat konsumen mengira bahwa yang dibeli adalah jilbab Rabbani yang asli. *Ketiga*, adanya kesengajaan konsumen untuk membeli jilbab Rabbani palsu, hal ini karena jilbab Rabbani palsu harganya jauh lebih murah daripada Jilbab Rabbani asli, selain itu konsumen ingin terlihat bergaya karena memakai jilbab bermerek. 2) Padangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terdapat dalam pasal 100 ayat 1-3, dimana setiap orang dengan tanpa hak menggunakan merek terdaftar milik orang lain diancam dengan pidana penjara paling lama 5 tahun penjara, dan denda paling banyak 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). 3) dalam hukum islam adanya penjiplakan hak merek telah diatur dalam Fatwa MUI Nomor: 1/MUNASVII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) tanggal 28 Juli 2005 terdapat dalam Ketentuan Hukum point 4, yaitu penjiplakan merek orang lain tanpa izin termasuk dalam pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual, tidak terbatas menjiplak, melainkan juga menggunakan, membuat, dan memakai, kegiatan tersebut termasuk perbuatan yang zalim dan haram baik bagi penjual ataupun konsumen.

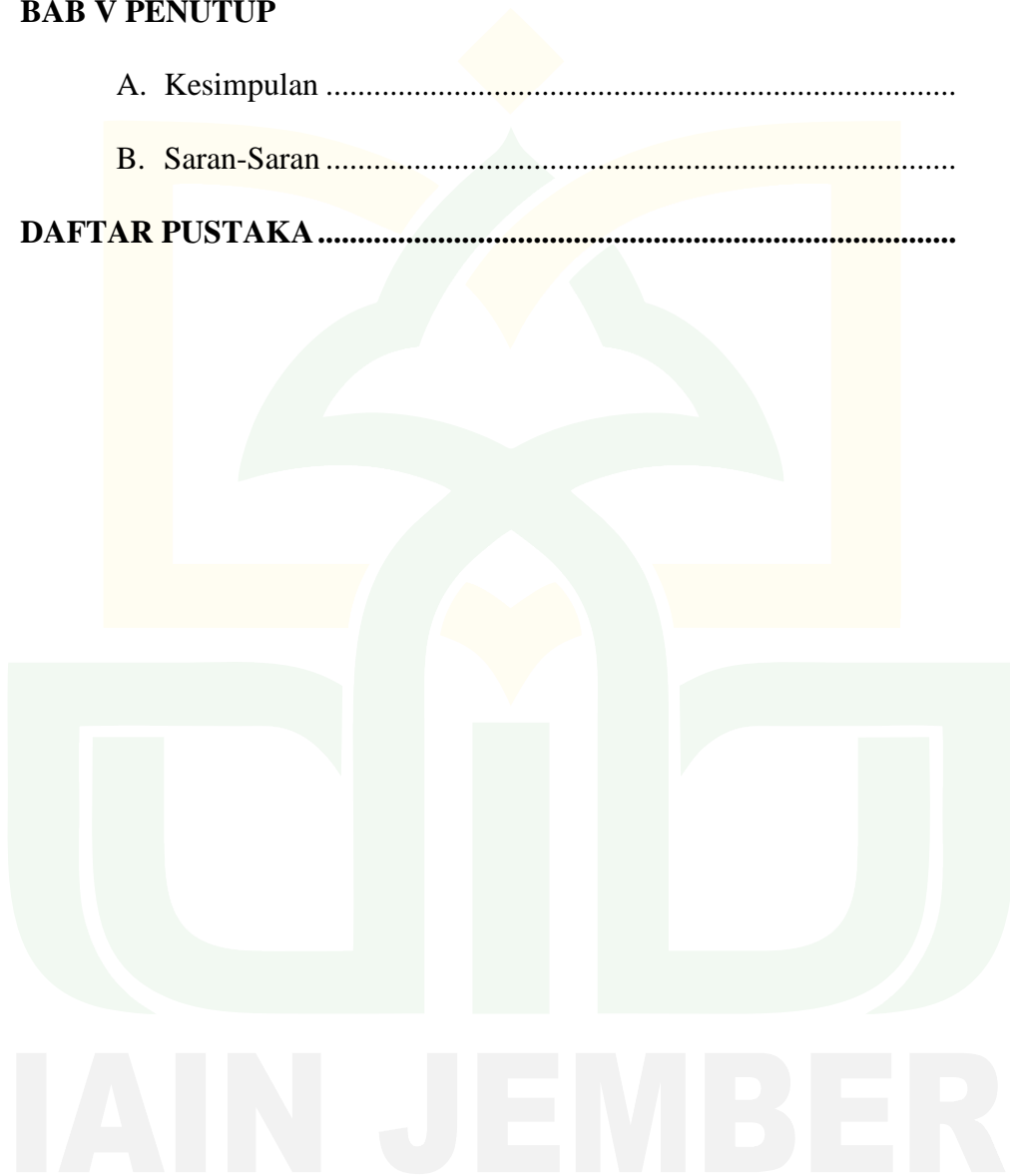
Kata kunci: Hak merek, Penjiplakan, Jual Beli Produk Palsu

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan	10
AB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Kajian Terdahulu.....	13
B. Kajian Teoritik	16
1. Barang Palsu	16
2. Hak Merek.....	18
3. Undang-Undang Hak Merek Dan Indikasi Geografis.....	23

4. Hukum Ekonomi Islam	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	33
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
C. Lokasi penelitian	34
D. Subyek penelitian	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Analisis Data	37
G. Keabsahan Data.....	39
H. Tahap-tahap Penelitian.....	40
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	
A. Gambaran Objek Penelitian	41
1. Sejarah Perusahaan	41
2. Visi dan Misi Perusahaan Rabbani	46
3. Struktur Organisasi Perusahaan Rabbani	47
4. Rabbani Jember	48
B. Penyajian Data dan Analisis.....	48
1. Faktor-Faktor Beredarnya Jilbab Rabbani Palsu Di Kabupaten Jember	49
2. Tanggapan dari Cv Rabbani Anrisya	58
3. Pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis terhadap Beredarnya Jilbab Rabbani Palsu	63

4. Pandangan Hukum Islam Terhadap Beredarnya	
Jilbab Rabbani Palsu	70
C. Pembahasan Hasil Temuan	81
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	84
B. Saran-Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman, maka berkembanglah pula berbagai aspek dalam kehidupan manusia, salah satunya adalah dalam bidang *fashion*. Perkembangan dunia *fashion* terus mengalami kemajuan sehingga menghasilkan berbagai *trandmode* dan gaya. Hal ini tidak luput dari kemajuan teknologi dan media sehingga berbagai mode dan gaya pakaian terus mengalami perkembangan. Pakaian juga merupakan suatu simbol sosial sehingga memberikan identitas kultural terhadap seseorang. *Fashion* dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, salah satunya adalah dari sudut pandang agama.¹ Di Indonesia sendiri dengan jumlah penduduknya yang mayoritas muslim para pengusaha di bidang *fashion* juga telah melahirkan berbagai macam mode pakaian muslim yang bermacam-macam, dan salah satu yang banyak diminati dan banyak diburu oleh kalangan muslimah adalah model jilbab yang kini kian beraneka ragam.

Jilbab kini mulai berkembang di berbagai kalangan, mulai dari anak sekolah, mahasiswi, pekerja, ibu rumah tangga, hingga anak-anak. Hal tersebut tentu membuka peluang besar bagi para pengusaha di bidang *fashion*, baik pengusaha rumahan maupun besar pemilik brand ternama. Berbagai macam model dan motif jilbab semakin hari kian bervariasi, mulai dari model pashmina, segi empat, jilbab instan, dan masih banyak lagi.

¹ PS Rizky, *Perkembangan Hijab Di Indonesia*, (2016).

Dengan adanya minat masyarakat yang semakin meningkat dalam bidang *fashion* tentu hal ini membuka peluang bisnis bagi siapa saja yang dapat memanfaatkan keadaan saat ini. Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang-barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial. Dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis, *profit* memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal di dalam memulai bisnis.²

Terlepas dari tujuan-tujuan bisnis di atas, tujuan bisnis yang lainnya adalah salah satu bentuk ibadah kepada Allah SWT, karena di dalam agama Islam Rasul sangat menganjurkan umatnya untuk berbisnis, seperti yang telah Rasul jelaskan dalam salah satu hadist yang diriwayatkan oleh Rifa'ah bin Rafi' al-Bazar dan Hakim,

سُئِلَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ أَوْ أَفْضَلُ قَالَ : " عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ " .³

Artinya: "Rasulullah SAW bersabda ketika ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan yang paling baik: Rasulullah ketika itu menjawab: pekerjaan yang dilakukan dengan tangan seseorang sendiri dan setiap jual beli yang diberkati ((jual beli yang jujur tanpa

² Ika Yunia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2013), 3-4.

³ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014, 21.

diiringi kecurangan). (Hadist riwayat al-Bazar dan disahihkan oleh al-Hakim *rahimahumullah*).”⁴

Dari hadist diatas bahwasanya Rasul sangat mengistimewakan pekerjaan jual beli. Rasul juga merupakan pengusaha yang sukses pada zamannya.

Di dalam dunia bisnis pengusaha memang harus melakukan berbagai cara untuk membuat produknya diminati, para pengusaha harus inovatif dalam mengembangkan produk, sehingga produksinya dapat diterima dan diminati semua kalangan, namun tentu harus dengan pemikiran dan kreativitasnya sendiri bukan meniru atau menjiplak karya orang lain. Lalu bagaimana jika di dalam masyarakat terdapat suatu produk yang memiliki rupa hampir tidak ada bedanya dengan produk lain yang telah memiliki nama besar dan dikenal banyak orang. Di Indonesia memang tidak sedikit terdapat barang-barang imitasi atau tiruan dari produk ternama, seperti yang telah terjadi beberapa tahun yang lalu hingga saat ini, di Kabupaten Jember telah banyak beredar produk jilbab Rabbani palsu, produk tiruan ini menarik untuk dikaji karena jilbab Rabbani palsu dengan Rabbani asli hampir tidak ada bedanya jika tidak diperhatikan dengan teliti. Mulai dari model, variasi kembangan, hingga logo merek tertera sama dengan produk yang asli, hal ini yang membuat penulis tertarik untuk meneliti.

Hak merek adalah salah satu hak kekayaan industri yang penting keberadaannya diketahui dan dipahami oleh masyarakat, pelaku usaha termasuk para mahasiswa dan praktisi hukum. Para pelaku usaha banyak

⁴ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), 21.

memiliki kepentingan dalam melindungi merek ketika bersaing di pasar global. Persaingan usaha semakin komprehensif seiring dengan munculnya arus globalisasi. Para pelaku usaha wajib melindungi mereknya melalui pendaftaran merek, sehingga mereknya mempunyai perlindungan hukum terhadap pelanggaran merek yang dapat merugikan pelaku usaha.⁵

Perlindungan merek sangat penting sekali, merek selain sebagai harta kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pengusaha (pemilik merek), juga sebagai alat untuk melindungi konsumen dari terjadinya penipuan kualitas barang tertentu. Konsumen akan merasa dirugikan jika merek yang mereka anggap berkualitas rendah. Hal ini juga bisa berakibat menurunkan reputasi perusahaan.⁶

Penjiplakan merek tentu bukan hal yang baik, karena dapat merugikan pemilik merek asli, bahkan negarapun telah menerbitkan beberapa perundang-undangan untuk melindungi hak-hak dari pemilik karya, baik karya produk, karya seni, bahkan penemuan atau kekayaan intelektual. Beberapa peraturan yang menjamin adanya hak-hak pemilik karya adalah Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Hak Merek, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Hak Paten, dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Karena berhubungan dengan penjiplakan merek atau produk maka analisis penulis menggunakan undang-undang hak merek dan indikasi geografis sebagai pisau analisis.

⁵ Khoirul Hidayah, *Hukum HKI*, (Malang: Setara Press, 2017), 53.

⁶ Khoirul Hidayah, 54.

Selain akan menguraikan tentang pandangan hukum undang-undang positif penulis juga akan memaparkan bagaimana pandangan dari hukum ekonomi islam mengenai adanya fenomena adanya produk palsu dimasyarakat, karena semua perbuatan yang dilakukan oleh manusia yang berakal, dewasa, dan sehat diatur dalam hukum islam. Seperti pendapat dari ahli ushul fiqih kontemporer yaitu Wahab Khalaf bahwa hukum adalah:

Artinya: Firman allah yang berkaitan dengan perbuatan orang dewasa dan berakal sehat, baik bersifat tuntutan (mengerjakan atau meninggalkan), memberi pemilihan atau bersifat wadli (sebab, syarat, dan penghalang).⁷

Kitab Allah dalam definisi tersebut adalah semua bentuk dalil, baik Al-Quran, as-Sunah maupun yang lainnya, seperti *ijma'* dan *qiyas*. Namun, para ulama ushul fiqih kontemporer, seperti Ali Hasaballah dan Abd. Wahab Khalaf berpendapat bahwa yang dimaksud dengan dalil disini hanya Al-Quran dan As-Sunnah. Adapun *ijma* dan *qiyas* hanya sebagai metode penyingkapan hukum dari Al-Qur'an dan Hadist.⁸ Dari uraian tersebut jelas bahwasanya Islam selalu berupaya untuk selalu memberikan pandangannya terhadap setiap fenomena yang ada, selain Al-Qur'an dan Hadist ada *ijma* dan *qiyas* yang digunakan sebagai jawaban dari semua persoalan yang ada di masyarakat.

Dari uraian diatas penulis telah menguraikan sekilas tentang *urgensi* pandangan hukum positif maupun hukum islam mengenai adanya pemalsuan hak merek, maka penulis dapat menentukan judul yaitu Analisis Hukum

⁷ Noor Harisudin, *Ilmu Ushul Fiqih*, Jember: Jember STAIN Press, 2014, hlm.21

⁸ *Ibid*, hlm.21.

Terhadap Beredarnya Produk *Brand* Jilbab Rabbani Palsu Di Kabupaten Jember Perspektif Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dan Hukum Ekonomi Islam.

B. Fokus Penelitian

Atas uraian permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti ingin memfokuskan pembahasan yang dituangkan dalam rumusan masalah sebagai berikut :

1. Seperti apa produk jilbab Rabbani palsu yang beredar di masyarakat Kabupaten Jember?
2. Bagaimana pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis terhadap adanya penjualan barang tiruan jilbab Rabbani di Kabupaten Jember?
3. Bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Islam terhadap adanya penjualan barang tiruan jilbab Rabbani di Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seperti apa produk jilbab Rabbani palsu yang beredar di masyarakat Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis terhadap adanya penjualan barang tiruan jilbab Rabbani di Kabupaten Jember.

3. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Islam terhadap adanya penjualan barang tiruan jilbab Rabbani di Kabupaten Jember.

D. Manfaat Penelitian

Harapan besar bagi peneliti adalah karyanya dapat memberi sumbangsih keilmuan khususnya untuk peneliti sendiri maupun untuk para pembaca pada umumnya, adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Dari aspek teoretis.

Pertama, memberikan sumbangsih pemikiran di dunia akademisi dan dokumentasi dalam realisasi fungsi pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Hukum Ekonomi Islam.

Kedua, menjadikan pijakan dan informasi kepada masyarakat luas khususnya para produsen atau pengusaha produk maupun jasa.

2. Dari aspek praksis.

Pertama, bagi peneliti sendiri diharapkan dapat menjadi penelitian yang ilmiah dan dapat dipertanggungjawabkan nilai akademisnya. Dan juga bisa lebih memahami secara mendalam tentang pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis dan Hukum Ekonomi Islam terhadap beredarnya produk palsu di masyarakat.

Kedua, bagi masyarakat luas, khususnya para produsen atau pengusaha segala produk khususnya jilbab di sekitar Jember, bahwa ada

peraturan yang mengatur bahwasanya memproduksi atau menjual barang tiruan atau palsu telah melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku, juga sebagai pandangan bagi konsumen agar lebih memperhatikan barang-barang yang hendak dibeli.

Ketiga, bagi pemerintah, diharapkan dapat menjadi informasi dan juga wacana bagi pemerintah agar dapat lebih memperhatikan pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Hukum Ekonomi Syariah.

Keempat, bagi IAIN Jember, dengan adanya permasalahan dan penelitian ini, pihak IAIN Jember dapat mengadakan sosialisasi ke masyarakat sebagai media pencerah dalam meningkatkan stabilitas sosial.

E. Definisi Istilah

Untuk memudahkan pembaca, maka penulis memaparkan beberapa definisi istilah yang disinggung dalam penelitian ini:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.⁹
2. Hukum adalah peraturan yang dibuat oleh penguasa (pemerintah) atau adat yang berlaku bagi semua orang di suatu masyarakat (negara).¹⁰
3. Produk adalah barang atau jasa yang dihasilkan.¹¹
4. Tiruan atau palsu adalah sebuah barang yang diproduksi sebagai replika atau imitasi dari barang bermerek.¹²

⁹ Djalinus Syah Dkk, *Kamus Pelajar Kata Serapan Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1993), 14.

¹⁰ Sudarsono, *Kamus Hukum*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1992), 167.

¹¹ Sudarsono, 169.

5. Brand adalah cap dagang (dalam bahasa Inggris).¹³
6. Jilbab adalah kerudung atau busana wanita muslim.¹⁴
7. Rabbani adalah merek jilbab.
8. Palsu merupakan sesuatu yang tidak asli atau tiruan.¹⁵
9. Undang-undang adalah peraturan perundang-undangan yang dibentuk oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dengan persetujuan bersama Presiden.¹⁶
10. Hak adalah sesuatu hal yang benar, milik, kepunyaan, kewenangan, kekuasaan untuk berbuat sesuatu (karena telah ditentukan oleh undang-undang, aturan, dsb), kekuasaan yang benar atas sesuatu atau untuk menuntut sesuatu, derajat, atau martabat.¹⁷
11. Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.¹⁸
12. Indikasi geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut

¹² Destia Rahmahidayani, *Jual Beli Barang Fashion Palsu Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan Masalah (Studi Di Kota Kediri)*, (Malang: Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang: 2016), 32.

¹³ S. Wojowasito, *Kamus Lengkap*, (Bandung: Penerbit Hasta, 2007), 18.

¹⁴ Pius partanto, *Kamus Ilmiah Populer*, (Yogyakarta: Penerbit Arloka Surabaya, 2001), 292.

¹⁵ Pius partanto, 150.

¹⁶ [https://id.wikipedia.org/wiki/Undang-undang_\(Indonesia\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Undang-undang_(Indonesia)), (6 November 2019).

¹⁷ <https://id.wikipedia.org/wiki/Hak>, (6 November 2019).

¹⁸ Sentosa Sembiring, *Prosedur Dan Tata Cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Hak Cipta Paten Dan Merek*, (Bandung: CV. Yrama Widya, 2002), 31.

memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.¹⁹

13. Hukum Ekonomi Islam adalah hukum yang mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia berupa perjanjian atau kontrak, berkaitan dengan hubungan manusia dengan objek atau benda-benda ekonomi dan berkaitan ketentuan hukum terhadap benda-benda yang menjadi objek kegiatan ekonomi.²⁰

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.²¹ Untuk memperoleh gambaran yang jelas serta mempermudah dalam pembahasan, maka secara keseluruhan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, dimana setiap bab merefleksikan muatan isi yang satu sama lain saling melengkapi. Untuk itu disusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat tergambar ke mana arah dan tujuan dari tulisan ini. Secara umum pembahasan ini meliputi:

Bab I, berisi pendahuluan yang merupakan garis besar dari keseluruhan pola berpikir dan dituangkan dalam konteks yang jelas serta padat. Atas dasar itu deskripsi skripsi diawali dengan latar belakang masalah yang terangkum di dalamnya tentang apa yang menjadi alasan memilih judul, dan bagaimana pokok permasalahannya. Selanjutnya untuk lebih memperjelas

¹⁹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

²⁰ Arifin Hamid, *Membumikan Ekonomi Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Pramuda Jakarta, 2008), 73.

²¹ Sentosa Sembiring, 46.

maka ditemukan pula tujuan penelitian yang mengacu pada perumusan masalah. Penjelasan ini akan mengungkap seberapa jauh signifikansi tulisan ini. Dilanjutkan dengan metode metode penulisan yang diungkap apa adanya dengan harapan dapat diketahui apa yang menjadi sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data. Penembangannya kemudian nampak dalam sistematika penulisan ini.

Bab II, kajian kepustakaan yang meliputi kajian terdahulu dan kajian teori. Kajian terdahulu berfungsi untuk memberikan perbandingan tentang perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya, selain itu juga kajian terdahulu berfungsi untuk menunjukkan orisinalitas penelitian ini dan bukan merupakan sebuah karya hasil plagiasi. Sedangkan kajian teori berfungsi untuk landasan teori pada bab berikutnya guna menganalisa data yang diperoleh dari penelitian.

Bab III, metode dan prosedur penelitian, merupakan rancangan penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur pengumpulan data, prosedur penelitian. Metode penelitian merupakan acuan yang harus diikuti guna menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah.

Bab IV, berisi penyajian data dan analisis data, yang didalamnya membahas tentang gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis data serta membahas temuan dari penelitian lapangan.

Bab V, sebagai akhir pembahasan dari keseluruhan penulis mencoba mengambil beberapa kesimpulan, dilanjutkan dengan beberapa saran dan diakhiri dengan kata penutup.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik karya yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.²² Beberapa penelitian terdahulu yaitu:

1. Jual Beli Barang Fashion Palsu Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan Masalah (Studi Di Kota Kediri). Skripsi tersebut ditulis oleh Destia Rahmahidayani, tahun 2016. Dalam skripsi tersebut membahas secara komprehensif tentang pandangan hukum merek terkait jual beli produk palsu dan juga mengenai bagaimana tanggapan dari pengguna tas palsu. Dalam skripsi tersebut juga dijelaskan bahwa dalam praktek jual beli tas palsu tidak mendatangkan masalah, karena dapat merugikan produsen dari pemilik merek asli.

Penelitian tersebut menggunakan teknik pengumpulan data secara kuisisioner yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, selain itu penulis

²² Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press) 52.

skripsi ini juga melakukan observasi dan wawancara secara langsung untuk menggali data yang dibutuhkan.

Persamaan dengan skripsi ini adalah, sama membahas mengenai produk palsu. Selain terdapat beberapa persamaan namun tentu juga terdapat perbedaan yang diantaranya adalah yang pertama mengenai objek yang di bahas, penelitian tersebut memilih produk fashion yaitu tas, sedangkan penelitian yang akan dilakukan memilih jilbab sebagai objek yang akan diteliti. Perbedaan selanjutnya adalah, penelitian dipandang berdasarkan perspektif undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang merek dan masalah, sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan dua hukum yang berbeda yaitu hukum ekonomi islam dan undang-undang merek dan indikasi geografis.

2. Tinjauan Kriminologis Terhadap Peredaran Kosmetik Palsu Di Kota Makassar. Ditulis oleh Diana Sitammu. Pada tahun 2016.

Dalam skripsi ini mengungkapkan alasan-alasan peredaran dan penggunaan produk kosmetik palsu, di skripsi ini juga diurai bahwasanya peredaran kosmetik palsu merupakan salah satu bentuk kejahatan.

Skripsi menggunakan teknik studi pustaka (*Library Research*), observasi, dan wawancara untuk pengumpulan data, selain melakukan kajian dengan buku-buku, literatu, dan perundangan-undangan penulis dalam skripsi ini juga melakukan observasi dan wawancara agar mendapatkan data yang valid. Penelitian ini memili kesamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu sama-sama membahas

mengenai produk palsu. Perbedaannya skripsi tersebut menggunakan kosmetik sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan produk jilbab sebagai objek penelitian, skripsi tersebut dikaji menggunakan hukum pidana sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan undang-undang merek dan indikasi geografis dan juga hukum ekonomi islam sebagai pisau analisis.

3. Jual Beli Barang Tiruan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Taqwa Mulia 38 B Lampung Timur). Dimas Rais Utomo, IAIN Metro, 2018. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif lapangan, sehingga teknik yang dilakukan untuk pengumpulan data adalah dengan wawancara dan observasi. Dalam skripsi ini dipaparkan bagaimana jual beli barang tiruan menurut etika bisnis islam, kajian yang digunakan banyak menggunakan sumber hukum islam seperti al quran dan hadist.

Dalam skripsi tersebut sama-sama mengkaji tentang jual beli produk palsu, hanya objeknya berbeda, dalam skripsi tersebut produk yang dijual lebih beragam, sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya menggunakan produk jilbab sebagai objek penelitian. Perbedaan yang lain adalah skripsi tersebut menggunakan etika bisnis islam sebagai pisau analisis, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan undang-undang merek dan juga hukum ekonomi syariah.

A. Kajian Teoritik

1. Barang Palsu

a. Pengertian pemalsuan

Pemalsuan adalah suatu aksi reproduksi dari sebuah merek yang sudah memiliki *trademark*, yang mana sangat mirip dengan barang aslinya. Hal ini termasuk dalam hal *packaging*, *labelling*, dan *trademark*, dimana sengaja dilakukan untuk benar-benar dapat dianggap mirip dengan barang aslinya.

Lai dan Zaichkowsky mengatakan bahwa pemalsuan dan pembajakan adalah sama, karena pemalsuan dan pembajakan adalah reproduksi dari barang yang identik berasal dari sebuah barang yang asli.

Pemalsuan barang atau *counterfeiting* adalah sebuah pemalsuan yaitu memproduksi suatu produk yang menyalin atau meniru penampakan fisik suatu produk asli sehingga menyesatkan para konsumen bahwa ini adalah produk dari pihak lain. Produk yang melanggar merek dagang, pelanggaran hak cipta, peniruan kemasan, lebel, dan merek (merupakan bagian dari pemalsuan).²³

b. Pengertian barang palsu

Palsu jika dilihat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sama artinya dengan “tiruan” dimana arti kata tiruan dalam KBBI adalah bukan yang sejati (tulen), palsu, dan imitasi.

²³ Destia Rahmahidayani, 32.

Jadi yang dimaksud barang palsu adalah barang yang mirip dengan aslinya, namun barang tersebut di bandrol dengan harga yang jauh lebih murah dibanding dengan barang aslinya.

c. Ciri-ciri barang tiruan

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

Pada jahitan, tas, dompet pakaian, atau jenis aksesoris lain yang bermerek dibuat dengan hati-hati, bahkan sampai jahitan terkecil. Pada produk asli dijahit rangkap dengan rapi. Kemudian, pada pola bahan kulit barang yang terbuat dari kulit asli memiliki motif pori yang tidak beraturan, lembut dan beraroma khas kulit hewan. Kualitas risleting pada barang bermerek asli terbuat dari logam yang bagus dan disertai logo yang sama dengan merek dagang.²⁴ Jika dilihat dari logo, logo yang asli rata dengan permukaan tas atau dompet, sementara yang palsu akan menyembul dari permukaan barang karena hanya dilem dengan cara biasa. Kancing pakaian bermerek yang asli memiliki kancing khusus yang berlabel dari merek tersebut. Selain itu di label baju yang tersembunyi di bagian dalam biasanya disertakan kancing cadangan.

²⁴ Dimas Rais Utomo, *Jual Beli Barang Tiruan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, (IAIN Metro, 2018), 29.

Label pastikan penulisan kata pada label, *tag*, dan *guarantee card* sudah benar. Produk yang asli ditulis dengan nama negara tempat pembuatan misalnya (made in italy), bukan kota (made in milan). Kemudian cek *barcode* dan nomer seri, *barcode* pada produk yang asli akan mengarahkan ke situs resmi perusahaan jika discan. Kualitas *packaging*, *dustbag* atau kantong kain pembungkus produk yang asli jauh lebih bagus daripada yang palsu. *Dustbag* disertai logo resmi, *silica gel* dan masih disertai dengan buku petunjuk perawatan. Kemudian kain pelapis dalam, pada produk tas dan dompet dilengkapi kain pelapis pada bagian dalam. Kain pelapis ini biasanya memiliki motif khas yang dijahit dengan hati-hati. Motif pada kain pelapis barang asli tidak akan terbalik letaknya. Cara paling mudah dan efektif untuk membedakan barang asli dan palsu adalah dengan mengecek harganya. Harga dari barang palsu lebih murah dibandingkan dengan yang asli.²⁵

2. Hak Merek

Hak merek merupakan hak kekayaan industri yang dilindungi oleh sistem hak kekayaan intelektual (HKI). Merek menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. pengertian merek pada undang-undang yang

²⁵ Dimas Rais Utomo, 30.

baru yaitu UU No.20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis mengalami perubahan dan memberikan penjelasan lebih lengkap yaitu tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 dimensi atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa.²⁶

Hak atas merek menurut undang-undang merek (UUM) adalah 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 memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk mengungkannya (pasal 1 UUM). Menurut pasal 35(1) UUM, merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang.²⁷

Pembagian merek menurut UUM ada dua yaitu (Pasal 2 ayat 2).

- 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.²⁸ Contohnya: KFC, Yamaha, Tuperrware, dll.

²⁶ Khoiril Hidayah, 53.

²⁷ Khoiril Hidayah, 54.

²⁸ Pasal 1 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

- b. Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk mendekan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.²⁹ Contohnya: BRI, TUV Rheinland (jasa sertifikasi). AKAS (jasa transportasi), dll.

Selain dua jenis merek yang dikenal di dalam UUM, ada juga yang disebut dengan Merek Kolektif yaitu merek yang digunakan pada barang dan/jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasan yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/ atau jasa sejenis (diatur didalam pasal 1 UUM). Contohnya: Melinda Collective Marks, merek ini digunakan oleh 5200 anggota dan 16 koperasi yang beroperasi di Valle di Non dan Valle di Sole, Italia. (WIPO Trademark, 2006: 15-16; Utomo, 2010:211)

Merek tidak dapat didaftar apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini:

- 1) Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum.³⁰
- 2) Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/ atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.³¹

²⁹ Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

³⁰ Pasal 20 huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

³¹ Pasal 20 huruf b Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

- 3) Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman Yng dilindungi untuk barang dan/ atau jasa yang sejenis.³²
- 4) Merek memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang/jasa yang diproduksi.³³
- 5) Merek tidak ada daya pembeda.³⁴
- 6) Merupakan nama umum dan/ atau lambang milik umum.³⁵

Permohonan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut (Pasal 21 UUM):

- 1) Permohonan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:
 - a) merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/ atau jasa yang sejenis.³⁶
 - b) Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/ atau jasa yang sejenis.³⁷
 - c) Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/ atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu.³⁸

³² Pasal 20 huruf c Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

³³ Pasal 20 huruf d Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

³⁴ Pasal 20 huruf e Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

³⁵ Pasal 20 huruf f Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

³⁶ Pasal 21 ayat 1 huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

³⁷ Pasal 21 ayat 1 huruf b Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

- d) Indikasi Geogarfis sudah terdaftar.³⁹
- 2) Permohonan ditolak jika merek tersebut:
- a) Merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak.⁴⁰
 - b) Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.⁴¹
 - c) Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.⁴²
- 3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik.⁴³
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan Permohonan Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai dengan huruf c diatur dengan Peraturan Menteri.⁴⁴

³⁸ Pasal 21 ayat 1 huruf c Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geogarfis.

³⁹ Pasal 21 ayat 1 huruf d Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geogarfis.

⁴⁰ Pasal 21 ayat 2 huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geogarfis.

⁴¹ Pasal 21 ayat 2 huruf b Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geogarfis.

⁴² Pasal 21 ayat 2 huruf c Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geogarfis.

⁴³ Pasal 21 ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geogarfis.

⁴⁴ Pasal 21 ayat 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geogarfis.

3. Undang-Undang Hak Merek Dan Indikasi Geografis

Pengaturan merek di Indonesia pertama kali diatur melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 dan telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Setelah Ratifikasi keanggotaan WTO pada tahun 1994, selanjutnya pengaturan merek disesuaikan dengan dengan TRIPs melalui Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek dan terakhir diubah melalui Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang selanjutnya disebut UUM.⁴⁵

Dengan disahkannya Undang-Undang merek dan Indikasi Geografis diharapkan untuk lebih meningkatkan pelayanan dan memberikan kepastian hukum bagi dunia industri, perdagangan, dan investasu dalam menghadai perkembangan perekonomian lokal, nasional, regional, dan internasioanal serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perlu didukung oleh suatu Peraturan Perundang-undnagan dibidang Merek dan Indikasi Geografis yang lebih emmadai. Sebagaimana diketahui bahwa di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi-konvensi internasioanal yang telah di ratifikasi Indonesia, peranan merek dan Indikasi Geografis menjadi snagat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan

⁴⁵ Khoirul Hidayah, 54.

konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan industri dalam negeri.⁴⁶

4. Hukum Ekonomi Islam

a. Pengertian Hukum Ekonomi Islam

Hukum ekonomi Islam atau yang biasa disebut fiqih muamalah merupakan segenap aturan hukum islam mengenai perilaku manusia di dunia yang berkaitan dengan harta. Fiqih muamalah mencakup masalah transaksi komersial (*al-mu'awadat*) seperti jual beli, sewa menyewa, mencakup masalah transaksi sosial (*tabarru'at*) seperti hibah waqaf, dan wasiat mencakup pengguguran kewajiban (*isqatat*) seperti terbebas dari hutang, mencakup masalah perkongsian (*syrikat*) dan penguatan (*tutsiqah*) seperti gadai, hiwalah, kafalah. Jadi fiqih muamalah berarti serangkaian aturan hukum islam yang mengatur pola akad atau transaksi antarmanusia yang berkaitan dengan harta. Aturan yang mengikat dan mengatur para pihak yang melakukan muamalah tertentu.⁴⁷

b. Sumber-sumber hukum ekonomi islam

- 1) Al quran, kitab suci al quran adalah sumber utama, bukan saja untuk hukum Islam, namun ia adalah merupakan sumber hukum Islam yang komprehensif dan tak terbantahkan tentang ajaran Islam, meskipun di dalam beberapa kasus, kitab suci ini hanya meniadakan prinsip-prinsip dasar, bukannya penjelasan yang detail

⁴⁶ Marni Emmy Mustafa, *Aneka Penegakan Hukum, Hak Cipta, Paten, Merek dan Indikasi Geografis*, (Bandung: PT Alumni, 2018), 54-55.

⁴⁷ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), 5-6.

dan rinci. Legalitas Qur'an sebagai sumber utama bagi ajaran Islam ditunjukkan baik oleh beberapa ayat dalam Qur'an ataupun dalam hadist yang dikatakan oleh Rasulullah.

- 2) *Al-Sunnah, al-sunnah* atau adat kebiasaan Rasulullah adalah sumber hukum Islam otoritas yang kedua setelah al-Quran. Sunnah ini dibagi menjadi beberapa, yaitu ucapan verbal Rasul (*sunnah qawliyyah*), tindakan Rasul (*sunnah Fi'liyyah*) dan kesetujuan yang tidak terucap (*sunnah taqririyyah*). Sunnah juga dikenal dengan istilah *hadith*. Ketentuan hukum yang diberikan oleh as-sunnah, jika dihadapkan dengan ketentuan hukum dalam al-Qur'an, dapat digolongkan ke dalam tiga kategori: *pertama*, aturan yang memunyai kesamaan dengan al-Qur'an atau mendukung apa yang disampaikan dalam al quran (*muw'afaqah li ahkam al-Qur'an*). *Kedua*, aturan yang memberikan detail apa yang telah disampaikan dalam al-Qur'an atau dalam pengertian secara umum (*mufassal li mujmal al-Qur'an*). *Ketiga*, mengkhususkan apa yang disebutkan secara umum dalam al-Qur'an (*taqyid* atau *takhsis*). *Keempat*, mengemukakan aturan baru yang belum disebutkan dalam al-Qur'an (*al-ahkam al-jadidah*).⁴⁸
- 3) *Ijtihad*, terpisah dari apa yang dikatakan dalam sumber di atas tentang kontrak muamalah, maka sumber hukum lain yang ada adalah *ijtihad*. *Ijtihad* berarti sebuah upaya intelaktual yang sangat

⁴⁸ Agus Triyanta, *Hukum Perbankan Syariah*, (Malang: Setara Press, 2016), 36-37.

luar biasa yang dilakukan oleh seorang ahli agama-ahli tafsir untuk mendapatkan sebuah persepsi tertentu yang benar dan jelas dari dasar hukum yang asli dari Hukum Islam dengan sebuah pandangan untuk menurunkan sebuah aturan yang operasional darinya yang dimaksudkan untuk memberikan solusi hukum yang diperlukan atas sebuah permasalahan tau isu yang dihadapi masyarakat Islam dalam setiap tahap perkembangannya.⁴⁹

Motode-metode yang dapat dilakukan dalam ijtihad adalah:

- a) *Ijma'*, yang berarti kesepakatan bersama (konsensus).
- b) *Qiyas*, istilah qiyas dalam hukum mengandung arti melakukan “deduksi dengan menggunakan analogi”, *qiyas* juga merupakan sebuah metode penalaran manusia di mana akal fikiran melakukan proses dari mengetahui ke tidak mengetahui.
- c) *Istihsan*, dalam arti terminologi *istihsan* diartikan sebagai sebuah metode untuk meneliti pendapat-pendapat pribadi dalam rangka untuk menghindari berbagai ketidakadilan yang mungkin dihasilkan dari penegakan penerapan secara apa adanya dari yang tertulis atau suatu ketentuan hukum.
- d) *Maslahah Mursalah*, yang berarti pertimbangan terhadap kepentingan publik/masyarakat yang merupakan kepentingan umum yang tidak diabtasi, dalam pengertian bahwa hal tersebut belum pernah diatur oleh pembuat hukum, serta tidak terdapat

⁴⁹ Agus Triyanta, 38.

aturan tertulis yang otoritatif yang dapat ditemukan yang menyatakan validitasnya ataupun menyatakan sebaliknya, yakni tidak validnya suatu hal yang dinyatakan sebagai kepentingan umum.

- e) *Istishab*, yang berarti bahwa fakta atau hukum baik yang keberadaan maupun ketiadaannya telah nyata di masa lampau, maka hukum tersebut dianggap tetap ada selama tidak terdapat dalil atau dasar yang mengakibatkan terjadinya perubahan.
- f) *Sadd al-Dhari'ah*, *sadd al-dhari'ah* erat kaitannya dengan kemungkinan terjadinya bahaya. Maksudnya, jika jalan atau tujuan itu mengarah pada kebaikan, maka harus dibuka, dan jika jika jalan atau tujuan itu menuju kepada keburukan maka harus ditutup atau disumbat.
- g) *'Urf*, yang berarti tradisi yang telah berlaku, dalam hal ini diartikan tetap menjalankan sebagai hal yang sudah dipraktikkan, yang dapat diterima oleh orang yang normal.⁵⁰

c. Pengertian Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI)

Fatwa adalah penjelasan hukum *syariat* atas suatu permasalahan dari permasalahan-permasalahan yang ada, yang didukung oleh dalil yang berasal dari al-Quran, Sunnah Nabawiyah, dan *ijtihad*. Sedangkan menurut Amir Syarifuddin, fatwa berarti usaha

⁵⁰ Agus Triyanta, 39-42.

memberikan penjelasan tentang hukum *syara'* oleh ahlinya kepada orang yang belum mengetahuinya.

Adapun ciri-ciri dari fatwa tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Fatwa adalah usaha untuk memberikan penjelasan.
- 2) Penjelasan yang dimaksud adalah tentang hukum *syara'* yang diperoleh melalui hasil *ijtihad*.
- 3) Orang yang memberikan penjelasan adalah ahlinya pada bidang tersebut.
- 4) Penjelasan diberikan kepada orang yang bertanya.

Orang yang memberikan fatwa disebut *mufti* sedangkan orang yang meminta fatwa disebut *mustafti*. Syarat menjadi *mufti* adalah sebagai berikut:

- 1) Mukallaf, yaitu; muslim, dewasa, dan sempurna akalunya.
- 2) Ahli dan mampu untuk berijtihad.
- 3) Ahli dan dapat dipercaya.
- 4) Dikenal bersifat tenang (sakinah) dan berkecukupan, mempunyai niat dan itikad baik, serta kuat pendiriannya.⁵¹

d. Jual Beli Yang Dilarang Dalam Islam

Berbagai praktik kontrak dan perniagaan telah diberikan petunjuknya dalam Al-Qur'an. Meskipun demikian, tampak dalam al-Qur'an bahwa terdapat berbagai unsur yang dilarang untuk di lakukan dalam sebuah kontak. Adalah juga jelas, misalnya, bahwa sudah

⁵¹ Nugaraha Pranadita, *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018), 106-107.

menjadi fakta yang jelas bahwa Al-Qur'an menegaskan dengan kuat untuk menghindari perolehan keuntungan (profit) dengan cara melibatkan unsur *riba* atau cara yang *bathil*.⁵²

Berikut adalah jual beli yang dilarang dalam Islam:

- 1) Jual beli najasy, najasy secara bahasa berarti mempengaruhi (membangkitkan). Sedangkan menurut pengertian terminologi, najasy berarti jika seseorang menginginkan harga sebuah barang, namun tidak bermaksud untuk membelinya, melainkan hanya untuk membuat orang lain tertarik dengan barang tersebut sehingga dia terjebak di dalamnya, atau dia memuji komoditas tersebut dengan tujuan untuk promosi belaka. Rasulullah Saw bersabda :

عن ابن عمر رضي عنهما قال : نهى النبي صلى عليه و سلم عن النجش
Artinya: "Dari Ibn Umar, ia berkata," *Rasulullah melarang najasy*".

(HR. Bukhari- Muslim).

Dalam dunia bisnis komoditas tertentu, ada sebuah cara yang bisa dilakukan oleh pemilik barang untuk memperoleh keuntungan dengan menawar barang dagangannya dengan harga tinggi dengan maksud untuk memancing keinginan para calon pembeli barang tersebut untuk menawarnya dengan harga tinggi (atau bahkan lebih tinggi daripada nilai tawar barang tersebut), jual beli pola ini dilarang oleh Islam, karena kan berakibat merugikan para pembeli. Inilah praktek jual beli yang berujung pada *riba*.⁵³

⁵² Agus Triyanta, 42

⁵³ <http://muhsinhar.staff.uly.ac.id>, (26 Juni 2020).

2) Jual beli Tadlis

Tadlis berasal dari Bahasa Arab dengan bentuk *mashdar* dari kata: *dallasa-yudallisu-tadlissa* yang mempunyai makna: tidak menjelaskan sesuatu, menutupinya, dan penipuan. Sedangkan menurut istilah Tadlis merupakan suatu cara menyembunyikan cacat barang atau dengan cara menampilkan barang yang bagus dan menyelipkan diselanya barang yang jelek. Bentuk lain dari tadlis adalah penjual menampilkan barang tidak sesuai dengan hakikatnya, atau ia menyembunyikan cacat barang, jika pembeli mengetahui hakikat barang sesungguhnya ia tidak akan membeli barang dengan harga yang diinginkan penjual.⁵⁴

Firman Allah Swt dalam QS. Al-Muthaffiin ayat 1-3 yang artinya:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”(QS. al-Muthaffiin (83): 1-3)

3) Merampas Hak Cipta, Merampas atau pencurian atas hak cipta menurut hukum Islam juga bisa terancam hukuman. Bagaimana bentuk hukuman tersebut, tergantung kepada sistem pengadilan dan menentukannya. Hak cipta merupakan hak yang harus dilindungi,

⁵⁴ Journal Of Islamic Law, *Mizan*, (Bogor: Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor, 2017), 145.

maka mencurinya, secara lahir jelas sama dengan mencuri hak-hak lain yang terlindungi. Sejauh pencurian terhadap hak intelektual menimbulkan kerugian bagi pemilik hak tersebut, maka mencurinya jelas sama dengan menimbulkan kerugian materi lainnya terhadap orang lain. Yang jelas agama Islam melarang segala bentuk kedhaliman dan tindakan yang merugikan orang lain. Karena hak cipta adalah hak yang diakui syariat maka haram melanggarnya dengan cara membajak, diperbanyak tanpa izin penulis, diterjemahkan kedalam bahasa lain ataupun disimpan pada media seperti (CD) lalu dijual tanpa seizin penulis.⁵⁵

4) Menjual Barang yang Digunakan Untuk Maksiat.

Menjual barang yang mubah kepada pembeli yang diketahui akan menggunakannya untuk berbuat maksiat diharamkan, seperti: menjual anggur kepada pabrik minuman keras dan menjual senjata kepada perampok. Begitu juga akad sewa, seumpama; menyewakan tempat kepada orang yang menjual barang haram, seperti kaset musik atau menyewakan gedung kepada bank konvensional dan lain-lain. Firman Allah Swt QS. al-Maidah (5) ayat 2

... وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

الْعِقَابِ ﴿٢﴾

⁵⁵ Destia Rahmahidayani, 30.

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”.

Bentuk jual beli ini merupakan kezaliman terhadap pembeli karena membantunya berbuat maksiat padahal seharusnya dia dinasehati agar berhenti berbuat maksiat.⁵⁶

5) Jual Beli Yang Mempunyai Unsur Gharar (Penipuan)

Menurut M. Ali Hasan gharar adalah keraguan, tipuan atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan pihak lain. Suatu akad yang mengandung unsur penipuan, karena tidak ada kepastian, baik yang mengenai ada atau tidak ada objek akad, besar kecil jumlah maupun menyerahkan objek akad tersebut.⁵⁷



⁵⁶ Destia Rahmahidayani, 31.

⁵⁷ Destia Rahmahidayani, 32.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian dan dibandingkan dengan standart ukuran yang telah digunakan. Hal ini sangat menentukan kualitas hasil penelitian, berdasarkan hal ini, seorang peneliti harus menentukan dan memilih metode yang tepat agar tujuan penelitian tercapai maksimal. Untuk mencapai hasil yang maksimal, metode yang digunakan adalah sebagai berikut:⁵⁸

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif berusaha mengungkapkan gejala secara menyeluruh dan sesuai dengan konteks (holistik-kontekstual) melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci.⁵⁹ Penelitian kualitatif juga merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁶⁰ Hal ini dikarenakan data-data yang diperlukan bukan data-data yang berbentuk angka.

Sementara jenis penelitian yang dipilih adalah jenis penelitian *field research* yaitu penelitian lapang. Hal ini dikarenakan penelitian dilakukan secara terjun langsung untuk memperoleh data yang lengkap dan valid

⁵⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 126.

⁵⁹ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 67.

⁶⁰ Lexy J. Moleong, *Motodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:Rosda, 2010), 3.

mengenai Analisis Hukum Terhadap Beredarnya Produk Tiruan Brand Jilbab Rabbani Palsu Dikabupaten Jember.

C. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi, lokasi dalam penelitian ini dilakukan di cabang toko busana Rabbani Jember dan juga di toko-toko *online* maupun *offline* di Jember yang menjual jilbab Rabbani palsu. Penulis memilih lokasi di toko busana Rabbani yang beralamat di Jl. Sultan Agung No.56 Jember, karena disitu merupakan toko resmi yang menjual produk asli jilbab Rabbani yang juga merupakan cabang dari toko busana Rabbani pusat, sehingga penulis dapat menggali info serta meminta tanggapan tentang masalah yang sedang penulis teliti. Selain di Toko Jilbab Rabbani Jember, penulis juga perlu untuk mendapatkan info dari penjual produk jilbab rabbani palsu sehingga penelitian juga dilakukan di toko-toko yang menjual jilbab rabbani palsu baik secara *online* maupun *offline*.

D. Subyek penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang dikumpulkan, bagaimana karakteristiknya, siapa yang dijadikan informan atau subjek penelitian, bagaimana ciri-ciri informan atau subjek tersebut dan dengan cara bagaimana data dijaring sehingga validitasnya dapat dijamin. Dalam penelitian ini penulis membagi subjek penelitian menjadi dua, yaitu *key* informan dan informan. Konsumen dari jilbab Rabbani palsu sebagai *key* informan, sedangkan informan adalah

penjual atau pemilik atau manajer dari toko busana Rabbani dan penjual dari jilbab Rabbani palsu yaitu salah satu Pedagang Jilbab Rabbani palsu Di Kabupaten Jember.

Dalam penelitian ini, sumber data meliputi siapa dan apa yang dijadikan informasi dalam menggali data sehingga validasi data dapat dijamin. Maka kemudian peneliti mengklasifikasikan sumber data menjadi sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara.⁶¹ Sumber data sekunder diperoleh dari Publikasi ilmiah berupa buku-buku, kitab, skripsi, tesis, jurnal dan artikel-artikel yang terkait dengan hukum merek, hukum ekonomi islam, dan tentang barang palsu. Sumber data tersier, sumber data penunjang: Bahan-bahan yang memberi petunjuk dan penjas terhadap data primer, dan sekunder seperti kamus dan ensiklopedia.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

1. Observasi adalah teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara melihat langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data yang diinginkan. Penulis atau peneliti bertindak sebagai obsevator. Adapun data yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Seperti apa produk jilbab rabbani palsu yang beredar di masyarakat Kabupaten Jember.

⁶¹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), 42.

- b. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geogarfis terhadap adanya penjualan barang tiruan jilbab rabbani di Kabupaten Jember.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pandangan an Hukum Ekonomi Islam terhadap adanya penjualan barang tiruan tiruan jilbab rabbani di Kabupaten Jember.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui data yang tersembunyi dalam suatu kejadian yang tidak berbentuk dokumen tertulis. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara yang tidak terstruktur secara sistematis. Penulis melakukan susunan pertanyaan wawancara sesuai dengan kebutuhan, namun pertanyaan tersebut tidak tersusun secara baku. Cara ini dilakukan agar peneliti lebih mudah dalam mendapatkan informasi secara detail tentang berbagai data lisan maupun tertulis yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen, seperti foto atau vidio. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental seperti dari seorang seperti catatan harian, cerita, biografi, foto, gambar, film, dan lain-lain. Adapun data yang akan diperoleh beberapa dokumen atau data diantara lain:

- a. Foto dari Toko Busana Rabbani Jember
- b. Foto kegiatan wawancara peneliti dengan subjek peneliti
- c. Foto jilbab Rabbani asli
- d. Foto jilbab Rabbani palsu

F. Analisis Data

Pada bagian ini diuraikan bagaimana analisis data yang hendak dilakukan sehingga memberikan gambaran bagaimana peneliti akan melakukan pengelolaan data seperti proses pelacakan, pengaturan, dan klasifikasi data yang akan dilakukan. Dengan cara:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, melihat hal-hal pokok, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah tereduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, dan kedalaman wawasan yang tinggi. Oleh karena itu, dalam reduksi data peneliti kembali merenungkan secara mendalam data-data yang telah ditemukan. Selain itu peneliti, harus selalu menguji dan mengetahui apakah data yang telah ditemukan mengalami perkembangan atau tidak.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data, dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan

data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dalam penyajian data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut. Selain dengan teks naratif, juga dapat berupa matriks, *network* (jaringan kerja) dan chart. Hal ini dimaksudkan penyajian data ini berguna untuk mencari hubungan yang interaktif antara data-data yang telah ditemukan.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan, kesimpulan awal yang ditemukan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila kesimpulan yang ditemukan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian, apabila telah memenuhi tahap ini dapat menjawab rumusan masalah yang dikemukakan peneliti atau bisa juga berkembang tidak sesuai rumusan awal peneliti karena penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang jika setelah dilapangan.

Karena penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif maka sifat pendekatan metode adalah sebagai berikut :

- a. Induksi yaitu mencari, menjelaskan, dan memahami prinsip- prinsip umum yang berlaku dalam suatu kehidupan, masyarakat dengan

memulainya dari kenyataan (phenomena) menuju ke teori. Metode induksi yaitu suatu metode dimana dalam membahas masalah berangkat dari fakta-fakta yang khusus, peristiwa-peristiwa yang nyata, kemudian dari fakta-fakta yang khusus dan nyata diambil satu kesimpulan yang bersifat umum.⁶²

- b. Deduksi yaitu metode yang tujuan pengumpulan datanya untuk menguji dan mengukur berlaku prinsip-prinsip umum yang berlaku dalam kehidupan suatu masyarakat. Metode deduksi yaitu suatu metode dimana dalam membahas suatu masalah berangkat dari pertanyaan-pertanyaan yang bersifat umum menuju pernyataan yang bersifat khusus dengan memakai kaidah-kaidah logika tertentu.⁶³

G. Keabsahan Data

Bagian ini memuat bagaimana usaha-usaha yang hendak dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data-data temuan di lapangan. Agar diperoleh temuan yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data seperti perpanjangan kehadiran peneliti di lapangan, observasi secara lebih mendalam, triangulasi (menggunakan beberpa sumber, metode, peneliti, teori), pembahasan oleh teman sejawat, analisis kasus lain, melacak kesesuaian hasil, dan pengecekan anggota.

Dalam penelitian ini, untuk mengecek keabsahan data menggunakan tringulasi sumber yaitu dengan membandingkan dan mengecek derajat

⁶² Sutrisno, *Metodelogi Research I*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), 42.

⁶³ Sutrisno, 42.

kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari berbagai sumber perolehan data.

H. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitiansebenar-benarnya, dan sampai pada penulisan laporan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga sumber, yaitu:

1. Tahap pra penelitian lapangan, yang merupakan tahap penyusunan rancangan penelitian, memilih informan, dan menyiapkan perlengkapan lapangan.
2. Tahap pelaksanaan lapangan, yang meliputi memahami latar belakang penelitian, memasuki lapangan penelitian, dan pengumpulan data.
3. Tahap penyelesaian, yang merupakan tahap paling akhir dari sebuah penelitian yaitu menyusun data yang dianalisis dan disimpulkan dalam bentuk karya ilmiah atau berupa laporan penelitian. ⁶⁴

IAIN JEMBER

⁶⁴ Ahmad Fadholi Rahman, *Studi Yuridis-Sosiologis Terhadap Problematika Perkawinan Sejenis Di KUA Kecamatan Ajung Kabupaten Jember Tahun 2017*, (Jember, 2018), 30.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Profil Perusahaan Rabbani

- Nama Perusahaan : CV Rabbani Asysa
- Alamat : Jl. Dipatiukur No.44 Bandung
- Telp : 022- 2534407
- Fax : 022- 2504320

1. Sejarah Perusahaan

Rabbani merupakan perusahaan *germent*⁶⁵ yang bergerak dalam bidang *retail* busana muslim dengan tagline Professor Kerudung Indonesia. Rabbani merupakan salah satu perusahaan kerudung instan pertama dan terbesar di Indonesia dengan mengeluarkan produk andalan berupa kerudung instan dan produk lain yang juga telah dikembangkan yaitu busana muslim diantaranya kemko, tunik, kastun, tunik serta perlengkapan lainnya seperti ciput/inner kerudung dan aksesoris.

Sewaktu awal didirikan, Rabbani ingin merubah paradigma sebagian besar masyarakat yang memandang bahwa wanita yang memakai busana muslim itu kurang modis. Untuk itu Rabbani ingin menunjukkan bahwa wanita yang memakai busana muslim itu modern dan terhormat serta tampil gaya dan *trendy* yang syar,i. Namun di sisi lain, Rabbani juga

⁶⁵ Merupakan perusahaan manufaktur yang memegang peran penting dalam menyediakan kebutuhan pokok pakaian.

menghadapi tantangan yang besar. Hal itu dikarenakan pada waktu itu wanita yang memakai busana muslimah masih jarang dan belum menjadi *trend* seperti sekarang.⁶⁶

Asal kata Rabbani terilhami dari salah satu surat di kitab suci Al-Qur'an yaitu surat Ali Imron ayat 79 yang artinya adalah para pengabdikan Allah yang bersedia mengajarkan dan diajarkan Kitab Allah.

“Tidak wajar bagi seseorang manusia yang Allah berikan kepadanya Al Kitab, hikmah dan kenabian, lalu ia berkata kepada manusia: ‘Hendaklah kamu menjadi penyembah-penyembahku bukan penyembah Allah.’ Akan tetapi (dia berkata): ‘hendaklah kamu menjadi orang-orang rabbani[208], karena kamu selalu mengajarkan Al Kitab an disebabkan kamu tetap mempelajarinya.’”⁶⁷

Untuk melakukan pemasarannya, saat ini CV Rabbani Asya (Rabbani) memiliki 141 reSHARE atau cabang yang tersebar di seluruh Indonesia dan luar negeri.

Berawal dari kepahitan dan kesulitan hidup yang luar biasa, pada tahun 1994 Bpk. H. Amry Gunawan bersama istrinya Ibu Hj. Nia Kurnia mendirikan outlet busana muslim untuk memperkenalkan dan menjual busana muslim hasilrancangannya, outlet tersebut diberi nama Rabbani, didirikan di Kawasan Sekeloa Bandung dengan ukuran 2x3 meter persegi. Rabbani diambil dari AL Qur'an Surat : Al Imron Ayat 79 yang artinya para pengabdikan Allah yang mau mengajarkan dan diajarkan Kitab Allah. Rabbani memiliki arti yang istimewa bagi Bpk. H. Amry Gunawan dan Ibu Hj. Nia Kurnia, karena keberadaannya dapat

⁶⁶ *Sejarah Rabbani*, www.rabbani.co.id, (19 Februari 2020).

⁶⁷ *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Departemen Agama Republik Indonesia, Duta Ilmu Surabaya, 2002, hlm.76.

memberikan sumber penghasilan dan nafkah untuk kehidupan keluarga. Bagi Bpk. H. Amry Gunawan dan Ibu Hj. Nia Kurnia, keberadaan Rabbani diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar dalam syiar dan dakwah Islam bagi para muslimah agar memenuhi kewajibannya untuk menutupi auratnya. Rabbani ingin merubah paradigma sebagian besar masyarakat pada waktu itu yang memandang bahwa wanita yang memakai busana muslim itu kuno dan kampungan. Rabbani ingin menunjukkan bahwa wanita yang memakai busana muslim itu modern dan terhormat juga dapat tampil gaya, trendy namun sopan dan syar'i. Kendati demikian, Rabbani juga menghadapi tantangan yang sangat besar, karena pada waktu itu wanita yang memakai busana muslim masih jarang serta belum menjadi trend. Namun, keadaan tersebut tidak dijadikan sebagai hambatan, bahkan dijadikan sebagai tantangan untuk bisa mendobrak trend mode.⁶⁸

Pada waktu itu Rabbani memiliki potensi yang besar untuk dapat berkembang dan maju, karena waktu itu outlet yang khusus menjual busana muslim masih jarang, sehingga belum ada pesaing dan persaingan yang tinggi. Pada awal berdiri Rabbani memiliki satu karyawan untuk melayani konsumen satu tahun kemudian pindah ke Jl. Dipati Ukur dengan kondisi outlet yang tidak jauh berbeda dengan outlet sebelumnya, begitu pula dengan perkembangannya secara bisnis belum menunjukkan perubahan yang signifikan. Namun, keadaan tersebut tidak menyurutkan

⁶⁸ *Pengembangan Teknologi*, Pengembangan-teknologi.blogspot.com, (19 Februari 2020).

motivasi dan perjuangan Bpk. H. Amry Gunawan & ibu Hj. Nia Kurnia, bahkan keadaan tersebut dijadikan cambuk untuk membakar dan menempa semangat dan perjuangan Bpk. H. Amry Gunawan dan Ibu Hj. Nia Kurnia untuk menghasilkan produk dengan kualitas dan desain terbaik. Seiring dengan berjalannya waktu, dari tahun ke tahun, karena rancangannya yang senantiasa inovatif dan berbeda dari yang lain, Rabbani mengalami perkembangan yang pesat.

Rabbani mulai diterima oleh masyarakat dan mulai memiliki pelanggan yang semakin banyak, sehingga outlet yang berada di Jl. Dipati Ukur tidak mampu lagi menampung konsumen dan pelanggan yang membludak, akhirnya pada tahun 2001 Rabbani pindah ke outlet yang lebih luas dan representatif, yaitu ke Jl. Hasanudin No. 26 Bandung. Pada pertengahan tahun 2007 Rabbani pindah lokasi ke Jl. Dipati Ukur No. 44 Bandung. Rabbani senantiasa mengembangkan strategi pemasarannya dan beradaptasi dengan perkembangan zaman, selain pindah outlet ke tempat yang lebih luas, Rabbani merubah nama dan Motto-nya dengan yang nama lebih familiar dan diterima oleh masyarakat luas, yaitu "Rabbani Kerudung Instant" dengan motto "trend Setter Kerudung Instant". Melalui motto dan spirit di atas, Rabbani senantiasa bermetamorfosis ke arah yang lebih baik untuk menjadi jawara Kerudung Instant dan icon mode shari'ah terbaik di dunia.

Selain perubahan nama, Rabbani mulai fokus dalam membidik segmentasi pasarnya, Rabbani membidik pasar untuk kalangan menengah.

Sedangkan perkembangan dari aspek pemasarannya, Rabbani mengembangkan strategi pemasarannya, selain Pemasaran langsung ke end user (konsumen), Rabbani membina network pemasaran yaitu membuka mitra dealer atau distributor tunggal per kota/kabupaten dan mengembangkan network pengembangan outlet / reSHARE (retail outlet syariah) Rabbani. Sebagai upaya untuk mendukung kesuksesan pengembangan strategipemasaran yang telah dibina serta untuk mengakomodasi permintaan pasar yang semakin besar, Rabbani mengembangkan dan menambah kapasitas produksinyadengan mendirikan 5 (lima) buah pabrik garmen yang menyuplai seluruh produk rabbani, seperti kerudung sebagai produk utama, busana muslim seperti gamis, tunik, T-shirt muslimah, koko, kazko, manset, dan lain lain. Kelima pabrik tersebut bertempat di Bandung dengan kemampuan produksi 1 pcs kerudung / 2 detik.⁶⁹

Rabbani merupakan perusahaan yang berbentuk CV atau Persekutuan Komanditer, Persekutuan Komantider adalah bentuk pengembangan dari persekutuan firma.⁷⁰ Dikatakan pengembangan karena pada CV ada anggota yang sama seperti firma dengan tambahan anggota yang lain yang kedudukannya berbeda dengan anggota firma.⁷¹ CV Rabbani mempunyai logo yang dicantumkan dalam setiap produknya, logo inilah yang membedakan produk Rabbani dengan yang lainnya. Logo

⁶⁹ *Sejarah Rabbani*, www.rabbani.co.id, (19 Februari 2020).

⁷⁰ Dalam Bahasa Belanda persekutuan Firma disebut dengan *Vennootschap onder firma*, artinya perusahaan yang dijalankan dibawah nama bersama.

⁷¹ Janus Sidablok, *Hukum Perusahaan*, (Bandung: Penerbit Nuansa Aulia, 2002), 107.

Rabbani berbentuk seperti garis yang bergelombang dengan dua rangkap, logo ini sudah sangat familiar di semua kalangan karena produk Rabbani merupakan *brand* terkenal yang cabang dan produknya sudah tersebar di seluar Indonesia. Selain itu, logo Rabbani dikenal karena banyaknya produk Rabbani palsu yang beredar, khususnya jilbab. Di pasaran sudah tidak asing lagi adanya jual beli jilbab Rabbani palsu, hal ini tentu membuat logo atau merek Rabbani semakin dikenal, namun sayangnya jarang konsumen yang mengetahui bahwa jilbab yang beredar bukanlah jilbab Rabbani yang asli, merupakan produk Rabbani tiruan yang logo dan modelnya hampir tidak bisa dibedakan.

2. Visi dan Misi Perusahaan Rabbani

a. Visi secara umum

- 1) Visi jangka panjang: berjumpa dengan Allah di surga firdaus.
- 2) Visi jangka menengah: membangun peradaban kerudung dunia 2020.
- 3) Visi jangka pendek: Be a Profesional Muajhid

b. Visi khusus: Menjadi perusahaan kerudung terbaik dan terbesar di Dunia Tahun 2020

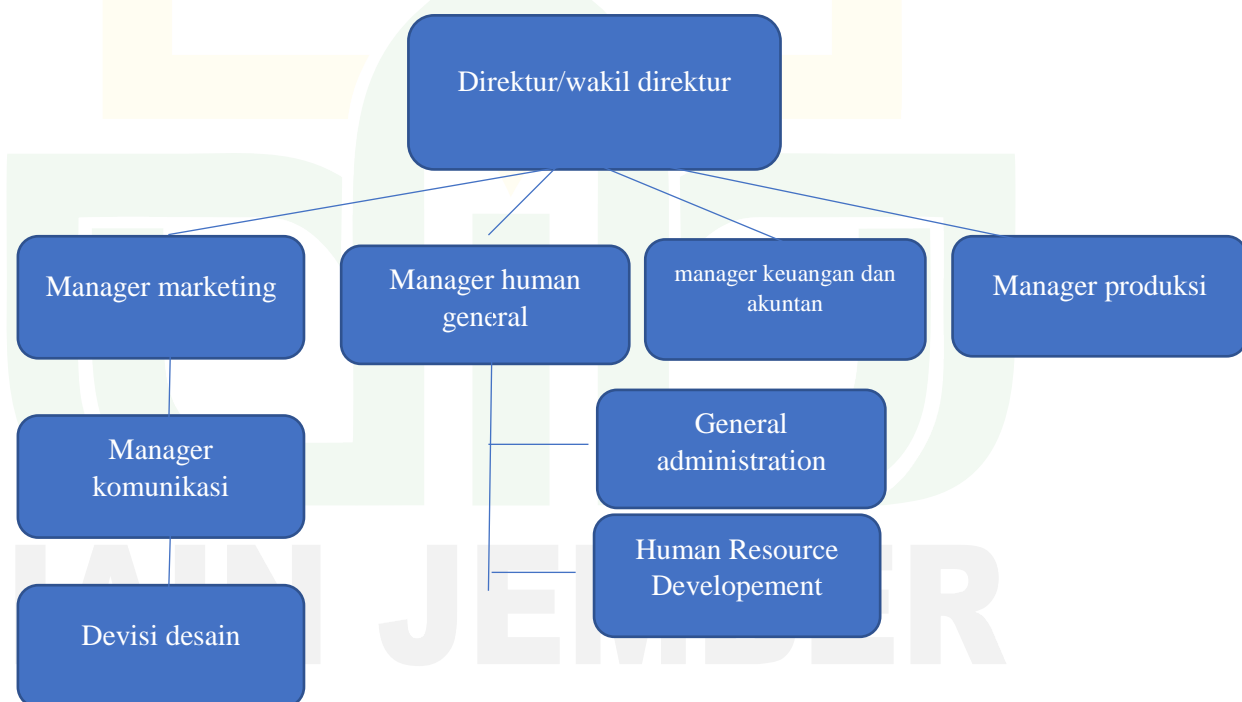
c. Misi

Menshibghoh Fashion Dunia Dengan Syariah .⁷²

⁷² *Visi dan Misi Perusahaan Rabbani*, www.rabbani.co.id, (19 Februari 2020).

3. Struktur Organisasi Perusahaan Rabbani

Struktur perusahaan Rabbani busana muslim terdiri dari Direktur dan wakil direktur yang dalam menjalankan operasional perusahaan di bantu oleh empat manager fungsional yaitu *manager marketing*, *manager human general*, *manager finance dan accounting*, dan *manager produksi*. Dalam menjalankan tugasnya, setiap manajer dibantu oleh bagian masing - masing departemen seperti departemen marketing yang terdiri dari *inventory*, *service delivery*, dan *marketing enlightment*, *marketing outlet*, *marketing branch*, dan *marketing communication*. Sedangkan divisi desain berada dibawah *marketing communication*⁷³



⁷³ *Struktur Organisasi Rabbani*, Rabbaniasya.blogspot.com, (12 Maret 2020).

4. Rabbani Jember

No Telpon: 0331-487326

Toko Rabbani Jember berdiri sejak tahun 2008 di Jalan Sultan Agung No.56, Kepatihan, Kaliwates, Kabupaten Jember. Toko Rabbani Jember buka setiap hari, dari pukul 09.00 hingga 21.00. Cabang Toko Rabbani Jember melakukan pelaporan kepada CV Rabbani pusat setiap sebulan sekali melalui *Email*. Di Toko Rabbani Jember yang bertanggung jawab adalah Ibu Rita selaku pimpinan di Toko Rabbani Jember.

Karyawan Rabbani Jember:

- a. Marina Ika sebagai kasir.
- b. Eka Iya sebagai kasir.
- c. Sri Wahyuni sebagai pramuniaga.
- d. Safira Balulu sebagai pramuniaga.

B. Penyajian Data dan Analisis

Berbagai bukti dan hasil dari suatu penelitian maka perlu kiranya disajikan data hasil penelitian melalui interview, dan dokumentasi. Teknik-teknik tersebut sebagai media dalam mengumpulkan data-data secara maksimal mengenai pelbagai hal yang berkaitan dengan hal yang mendukung dalam penelitian.

Dalam penyajian dan analisis data akan dikemukakan tentang Analisis Hukum Terhadap Beredarnya Produk Tiruan Brand Jilbab Rabbani Palsu Di Kabupaten Jember Perspektif UU No.20 Tahun 2016 Dan Pandangan Hukum Ekonomi Islam. Agar penyajian dan analisa data terarah dan sistematis, maka

penyajian data disesuaikan dengan rumusan masalah sebagaimana dalam paparan berikut :

1. Faktor-Faktor Beredarnya Jilbab Rabbani Palsu Di Kabupaten Jember

Dari data yang bersumber dari hasil wawancara dengan konsumen Rabbani asli, konsumen Rabbani palsu, penjual Rabbani palsu dan penjual jilbab Rabbani palsu yang penulis temukan, beredarnya jilbab Rabbani palsu disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Faktor harga, dari hasil wawancara yang penulis lakukan, penulis menemukan perbedaan harga yang sangat signifikan antara jilbab Rabbani palsu dan Rabbani asli, sebagaimana yang telah diutarakan salah satu penjual jilbab rabbani palsu yaitu Ibu Annisa, pemilik Toko Busana Al-Madinah di Pasar Tanjung Jember, beliau mengatakan sebagai berikut:

“Telah sejak lama saya menjual jilbab Rabbani palsu, bahkan sejak jilbab Rabbani asli belum banyak dikenal. Kenapa saya menjual Jilbab Rabbani palsu karena memang konsumen lebih menyukai jilbaba Rabbani palsu, alasan yang paling utama ya karena memang harganya terpaut sangat jauh dengan jilbaba Rabbani asli, sedangkan kualitasnya menurut saya juga tidak jauh berbeda. Jika jilbab Rabbani palsu dijual mulai dari harga 15 ribu hingga 25 ribu saja, berbeda dengan jilbab Rabbani asli yang dijual sekitar harga 90ribuan. Tentunya hal ini membuat masyarakat lebih berminat, banyak sekolah-sekolah yang mengambil denga jumlah yang banyak ke saya, selain lebih menguntungkan saya juga konsumen lebih puas dengan jilbab rabbani palsu. Saya tidak merasa membohongi konsumen dan tidak melanggar hak-haknya karena setiap ada pembeli mencari jilbab rabbani palsu saya selalu menjelaskan bahwa saya hanya menyediakan jilbab Rabbani palsu, masalah kualitas juga tidak jauh berbeda hanya saja Perusahaan

Rabbani telah menguasai market pasar, sehingga untuk orang-orang tertentu akan lebih berminat ke Rabbani asli”⁷⁴

Disini dapat dikatakan bahwa Ibu Ani merupakan konsumen antara, yaitu Ibu Ani sebagai konsumen yang tidak menggunakan produk untuk diri sendiri melainkan menjadi perantara antara produsen dengan konsumen pemakai produk. Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pasal 1 huruf (o) bahwa yang dimaksud konsumen adalah setiap pemakai dan atau pengguna barang dan atau jasa baik untuk kepentingan diri sendiri maupun kepentingan pihak lain.⁷⁵ Sebagai konsumen antara tujuan utama Ibu Ani adalah untuk mendapatkan keuntungan, sehingga Ibu Ani dalam praktik jual beli memperhatikan produk apa yang paling laku dipasaran. Karena permintaan akan Jilbab Rabbani asli hampir tidak ada, maka akan lebih menghasilkan jika Ibu Ani menjual jilbab Rabbani yang palsu. Ibu Ani juga menganggap bahwa kualitas dari jilbab Rabbani asli dan palsu tidak jauh berbeda, maka dengan adanya perbedaan harga yang signifikan jilbab Rabbani palsu lebih menjajikan secara *provid orientid*.

Dari apa yang telah dipaparkan Ibu Ani, beliau juga menjelaskan bahwa beliau tidak membohongi konsumen karena beliau selalu menjelaskan kepada konsumen bahwa jilbab yang ia tawarkan

⁷⁴ Annisa, *wawancara*, Jember, 5 Maret 2020 Pukul 10:15 WIB.

⁷⁵ Pasal 1 huruf (o) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

adalah jilbab Rabbani Palsu, hal ini memang benar adanya karena pada saat penulis menanyakan mengenai jilbab Rabbani, Ibu Ani langsung memberi tahu bahwa yang ia jual adalah jilbaba Rabbani palsu. Jika dilihat dari segi perlindungan konsumen, apa yang dilakukan Ibu Ani kepada Konsumen memang sudah sesuai dengan Hukum Negara maupun Hukum Agama yaitu memberitahukan keadaan barang yang sesungguhnya kepada konsumen, sesuai dengan prinsip muamalah yaitu jujur dan dapat dipercaya.

Kejujuran menjadi kata kunci dalam bermuamalah. Namun demikian, kejujuran dalam bermuamalah, khususnya dalam berbisnis menjadi suatu yang sangat berat. Terlebih bila bisnis hanya berorientasi pada keuntungan duniawi. Prinsip jujur dan dapat dipercaya harus menjadi pegangan bagi para pelaku bisnis, agar bisnis yang dijalankan tidak hanya mendapatkan keuntungan duniawi, akan tetapi mendapatkan keuntungan ukhrawi.⁷⁶ Tanpa adanya prinsip jujur dan dapat dipercaya dalam berbisnis maka rentan terhadap adanya penipuan dan kezaliman terhadap salah satu pihak. Hal ini tentu akan merugikan pihak tertentu.

Tidak jauh beda dengan Ibu Ani, penulis juga mendatangi penjual jilbab Rabbani palsu yang tokonya berada di Pasar Desa Pontang Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember, beliau adalah Ibu Nurul pemilik toko “Dewi Jaya”. Ibu Nurul menjelaskan bahwa beliau

⁷⁶ Imam mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), 16.

telah sejak lama menjual jilbab Rabbani palsu karena lebih banyak peminatnya, Ibu Nurul juga menyediakan Jilbab Rabbani asli namun hanya sedikit karena sedikit juga pemiliknya.

“Untuk di wilayah pedesaan seperti disini orang-orang lebih berminat ke yang murah mbak, karena harganya beda jauh, kalo yang asli sekitar 80 ribu, sedangkan yang murah ini hanya 25 ribu saja.”

Ibu Nurul menyebut Rabbani palsu atau Rabbani kw dengan sebutan Rabbani murah.

“Biasanya pembeli sudah paham antara yang asli dan yang murah, karena dari harganya kan sudah kelihatan, terus kainnya juga berbeda, jadi tanpa menjelaskan pembeli sudah tau. Saya mendapatkan jilbab yang murah ini karena ada sales yang menyeteri pada toko saya”⁷⁷

Ibu Nurul menjelaskan bahwa beliau tidak menjelaskan kepada konsumen antara jilbab Rabbani yang asli dan yang palsu karena Ibu Nurul menganggap bahwa konsumen telah paham dan dapat membedakannya sendiri.

Selain melakukan penelitian kepada penjual Jilbab yang menjual dagangannya secara offline, peneliti juga melakukan wawancara kepada salah satu *Online Shop* yang menjual jilbab Rabbani palsu. Beliau adalah Nanda Vinia Verta, pemilik toko online “Vee_Shop” yang berada di wilayah Ambulu Kabupaten Jember. Nanda menjual jilbab Rabbani palsu sejak tahun 2016, menurut Nanda tidak ada yang dirugikan meskipun menjual jilbab Rabbani yang palsu.

⁷⁷ Ibu Nurul, *Wawancara*, Jember, 02 Juli 2020 Pukul 14.45 WIB.

“Saya menjual berbagai model jilbab salah satunya adalah jilbab Rabbani kw, karena dibanding yang asli untuk teman-teman yang masih sekolah lebih terjangkau Rabbani yang kw, saya selalu menuliskan deskripsi produk yang sesuai saat saya mengupload barang ke sosial media, saat saya promosi jilbab Rabbani kw ya saya tulis juga kalo ini jilbab Rabbani kw. Saya pikir tidak maslaah jika saya menjual Jilbab Rabbani yang kw, karena antara jilbab Rabbani kw dan Rabbani asli telah mempunyai standart pasarnya masing-masing. Kalangan menengah ke bawah bisa membeli jilbab yang kw, kalangan menengah ke atas bisa membeli yang asli, sehingga tidak saling mengganggu antara keduanya dan tidak ada yang dirugikan baik konsumen atau dari Perusahaan Rabbani.”⁷⁸

Meski Ibu Ani, Ibu Nurul, dan Nanda telah memenuhi hak-haknya terhadap konsumen namun menurut penulis mereka tetap melakukan pelanggaran karena telah menjual jilbab Rabbani palsu dengan alasan lebih diminati konsumen dan keuntungannya lebih banyak. Dengan begitu Ibu Ani, Ibu Nurul, dan Nanda sama saja telah mendukung kegiatan jual beli yang curang karena jilbab Rabbani palsu merupakan produk hasil tiruan dari Perusahaan CV Rabbani dan pasti menimbulkan kerugian bagi Pemilik merek sah yaitu CV Rabbani.

Seperti yang dikatakan oleh Adriaan Pitlo, terdapat penyalahgunaan hak jika dalam menggunakan haknya membererikan kerugian lebih besar bagi orang lain daripada manfaat yang diperolehnya. Konsep kebebasan dalam hal ini adalah bahwa ketika seseorang menikmati hak milik, maka tidak boleh mengganggu hak

⁷⁸ Nanda Vinia Verta, *Wawancara*, Jember, 27 Juni 2020, Pukul 15.35 WIB.

orang lain dan tidak boleh bertentangan dengan hukum⁷⁹ (Abdul Kadir, 1994: 10-11).

Selain mencari informasi dari penjual jilbab Rabbani palsu, penulis juga menggali informasi dari pembeli jilbab Rabbani palsu. Arifatul Uyun adalah salah satu pemakai jilbab Rabbani Palsu, beliau mengatakan sebagai berikut:

“Saya membeli Jilbab Rabbani Palsu dulu waktu masih dipondok, ya karna harganya murah. Kalo yang asli kan dulu udah sekitar 60 ribu sampai 70 ribu tergantung ukuran, kalo yang palsu kan semua ukuran sama yaitu 25 ribu aja”⁸⁰

Dari pemaparan Arifatul Uyun dapat diketahui bahwa harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen membeli jilbab Rabbani palsu, apalagi dikalangan pelajar seperti santri yang belum memiliki kemandirian finansial, segala sesuatunya masih bergantung kepada orang tua hal ini akan membuat pelajar atau santri memilih membeli barang-barang yang harganya murah.

Selain Arifatul Uyun, beberapa pengguna lainnya juga beralasan serupa, Yaitu Ismiatul Muarova, Ismiatul adalah pengguna dari Jilbab Rabbani asli dan Jilbab Rabbani palsu, beliau mengatakan bahwa alasannya membeli Jilbab Rabbani palsu karena harganya murah, dan dari segi fisik hampir tidak ada bedanya antara yang palsu dan yang asli.

“Saya memakai Jilbab Rabbani asli dan yang palsu, saya membeli jilbab Rabbani asli karena Jilbab Rabbani adalah

⁷⁹ Khoiril Hidayah, 4.

⁸⁰ Arifatul Uyun, *wawancara*, Jember, 6 Maret 2020, Pukul 19:45 WIB.

Jilbab yang bermerek terkenal dan saya juga suka dengan modelnya, namun harganya memang cukup mahal, sedangkan adanya model Jilbab Rabbani yang palsu dapat menggantikan Jilbab Rabbani asli yang harganya mahal. Dari segi kualitas memang berbeda, yang asli kainnya lebih lembut, modelnya lebih bagus yang asli, dari kerapian jahitan juga sangat berbeda, yang asli kainnya lebih tebal, tapi jika hanya untuk gaya-gayaan ya gakpapa pakai yang palsu saja, hehe..”⁸¹

Konsumen lain yang membeli Jilbab Rabbani palsu karena faktor harga adalah Mitha Nur Chanasah, Mitha adalah penggemar Jilbab Rabbani, selain membeli Jilbab Rabbani yang asli Mitha juga membeli yang palsu.

“Saya punya Jilbab Rabbani palsu dan asli, modelnya *simple* jadi saya suka. Yang asli bagus, tebal, petnya beda, tapi kalo yang palsu murah jadi ya saya beli.”⁸²

Tidak jauh berbeda alasan konsumen lain membeli Jilbab Rabbani palsu karena harganya murah, hal ini disampaikan oleh Lumatus Aisyah.

“Saya punya dua-duanya, yang asli dan yang palsu, saya lebih suka yang asli karena lebih bagus, saya beli yang palsu karena hanya ingin membandingkan saja, setelah saya bandingkan dan tau perbedaannya untuk selanjutnya saya mau beli yang asli saja, lagi pula kalo beli yang palsu kan mergikan perusahaan Rabbani.”⁸³

Harga adalah alasan utama mengapa konsumen membeli jilbab Rabbani palsu, Jilbab Rabbani memang Jilbab yang cukup *nge-trand* di kalangan pelajar hingga mahasiswa, sehingga Jilbab Rabbani memang banyak diminati, namun karena harganya yang mahal maka membeli jilbab Rabbani palsu dapat menjadi salah satu alternatif yang

⁸¹ *Ismiatul Muarofah, wawancara, Jember, 9 Maret 2020 Pukul 19:03 WIB*

⁸² *Mitha Nur Chasanah, wawancara, Jember, 24 Juni 2020 Pukul 16:10 WIB*

⁸³ *Lumatus Aisyah, wawancara, Jember, 24 Juni 2020 Pukul 11:28 WIB*

diambil oleh para konsumen, namun cara itu sebaiknya dihindari, untuk mengapresiasi produk asli dan membudayakan untuk tidak membeli produk tiruan.

b. Faktor Ketidaktahuan Pembeli

Tidak semua konsumen mengetahui bahwa yang dibeli adalah Jilbab Rabbani asli, ada beberapa konsumen yang tidak mengetahui bahwa jilbab yang dibeli adalah jilbab Rabbani palsu, seperti yang diungkapkan salah satu pembeli jilbab Rabbani palsu Pinky Aprilia sebagai berikut:

”Saya membeli jilbab Rabbani Palsu sekitar Tahun 2013 karena saya tidak tahu bahwa yang saya beli adalah jilbab Rabbani palsu, saat itu saya masih awam, belum mengerti kalau jilbab Rabbani ada yang palsu, penjual juga tidak menjelaskan kepada saya, saya membeli di salah satu toko di Pasar Ambulu, saya membeli dengan harga yang cukup murah memang, sebelumnya saya telah mempunyai jilbab Rabbani yang asli, ketika sampai dirumah saya membandingkannya, ternyata memang jauh berbeda, awalnya saya memang merasa senang mendapatkan jilbab dengan harga murah, tapi setelah mengetahuinya saya jadi sedikit kecewa, saya juga merasa tertipu karena penjual mengatakan kalo itu asli.”⁸⁴

Dari penjelasan narasumber yang merupakan konsumen dari Rabbani Palsu adalah bahwa konsumen pada awalnya tidak mengetahui jika yang dibeli adalah jilbab Rabbani palsu atau tiruan karena penjual tidak menjelaskan kepada pembeli, bisa dikatakan konsumen telah kehilangan haknya, sesuai yang tercantum di Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Bab III, Hak dan Kewajiban Konsumen Pasal 4 angka 3 yaitu “hak atas

⁸⁴ Pinky Aprilia, wawancara, Jember, 7 Maret 2020 Pukul 11:15 WIB.

informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa.”⁸⁵

Dengan begitu adanya penjualan jilbab Rabbani palsu selain merugikan pemilik merek yang sah namun juga bisa merugikan konsumen. Konsumen tidak mendapatkan informasi yang jelas mengenai keadaan barang yang dibelinya.

c. Untuk Terlihat Bergaya

Selain faktor harga dan ketidaktahuan pembeli, alasan konsumen membeli jilbab Rabbani palsu adalah agar terlihat bergaya karena memakai jilbab yang bermerek. Hal ini telah disampaikan oleh salah satu konsumen Jilbab Rabbani palsu yaitu Ismiatul Muarofah, selain itu juga disampaikan oleh Reseller dari Jilbab Rabbani yaitu Sofiatul Jannah, Sofiatul Jannah merupakan pengguna Jilbab Rabbani asli yang sekaligus menjadi Reseller, sehingga beliau banyak mengetahui mengenai perbedaan jilbab Rabbani asli dan palsu.

“Saya pakai Jilbab Rabbani asli sejak SMP, sekitar Tahun 2011, dan jadi Reseller sejak tahun 2015, saya jadi reseller karena saya suka jilbab Rabbani, menurut saya adanya jilbab Rabbani palsu ini sangat merugikan sekali, selain merugikan perusahaan juga merugikan saya sendiri sebagai reseller, dulu sebelum di pasaran banyak jilbab Rabbani palsu teman-teman pondok saya sering ada yang nitip ke saya untuk beli jilbab Rabbani asli, sampai banyak juga yang menabung karena ingin membeli jilbab Rabbani asli, darisitu saya bisa mendapatkan keuntungan, tapi akhir-akhir ini setelah banyak Jilbab Rabbani palsu sudah jarang yang titip ke saya, bahkan hampir tidak ada, teman-teman lebih berminat untuk beli Jilbab Rabbani yang palsu, kata teman-teman karna harganya lebih murah dan bisa

⁸⁵ Lihat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Bab III, Hak dan Kewajiban Konsumen Pasal 4 angka 3.

untuk gaya-gayan pakai jilbab Bermerek tapi terjangkau, padahal kualitasnya jauh berbeda, untuk perbedaannya sendiri, *pertama* dari bahan jilbab yang asli lebih tebal dan halus, *kedua* logo Rabbani asli lebih jelas dan menonjol tajam sedangkan yang palsu kadang gak jelas gitu logonya, *ketiga* kalo model Rabbani serut yang asli talinya terputus antara sebelah kanan dan kiri, kalo yang palsu nyambung mbak gak perputus talinya.”⁸⁶

Dari hasil wawancara bersama Sofiatul Jannah dapat diketahui bahwa pembeli Jilbab Rabbani palsu tergiur untuk membeli Rabbani palsu karena ingin terlihat bergaya menggunakan jilbab yang bermerek, namun mereka tidak ingin mengeluarkan banyak uang sehingga mereka membeli jilbab palsu. Menurut Sofi adanya jilbab Rabbani palsu tidak hanya merugikan Perusahaan Rabbani namun juga merugikan para reseller seperti beliau.

2. Tanggapan dari Cv Rabbani Anrisya

CV Rabbani Anrisya adalah perusahaan yang pusatnya berada di Kota Bandung, sehingga *owner* dan pengelolanya berada di Kota Bandung, peneliti melakukan penelitian di kantor Cabang Jember yang berada di Jember yaitu berada di jalan Sultan Agung No.56, Kepatihan, Kaliwates. Penulis sebelumnya sudah terlebih dahulu meminta izin lewat *Direct Masagge* di Instragam, admid dari Toko Rabbani memberikan izin kepada penulis untuk melakukan wawancara, namun tidak dapat bertemu secara langsung dengan manager ataupun pimpinan dari Toko Rabbani, pimpinan dari CV Rabbani telah menyerahkan prosesi waancara kepada

⁸⁶ Sofiatul Jannah, wawancara, Jember, 24 Juni 2020, Pukul 19:30 WIB

karyawan yang ada di Toko Rabbani Jember, sehingga penulis melakukan wawancara hanya dengan karyawannya yaitu Maria Ika.

Penulis meminta tanggapan kepada narasumber mengenai banyaknya beredar jilbab Rabbani palsu di pasaran, Maria Ika mengatakan bahwa jilbab merek Rabbani memang banyak dipalsukan, yang paling banyak dipalsukan adalah model jilbab untuk anak sekolah.

“Hingga saat ini di sekolah-sekolah hampir mayoritas menggunakan jilbab merek Rabbani, karena modelnya yang *simple* sangat pas untuk anak-anak sekolah, sehingga banyak pihak sekolah yang menggunakan jilbab merek Rabbani. Posisi kerudung merek Rabbani juga sudah sangat populer dikalangan masyarakat, sehingga hal ini membuat banyak pihak ingin menjiplak desain hingga logo Rabbani, kalau hanya menjiplak model mungkin owner tidak begitu memepermasalahkan, namun bukan hanya model melainkan logopun dibuat dengan sangat mirip dengan Rabbani, *owner* sudah pernah melaporkan hal ini kepada pihak yang berwajib, sebagian sudah ada yang tertangkap namun karna penjiplak dari Jilbab Rabbani ridak hanya satu maka sampai saat ini penjiplakan masih tidak dapat dicegah ”

“Untuk mengurangi pembelian jilbab Rabbani palsu, kami melakukan hal lain yang sifatnya pencegahan yaitu dengan cara kami sering mengadakan diskon besar-besaran untuk menarik konsumen, contohnya diadakannya potongan hingga 50%.”⁸⁷

Dari pemaparan narasumber dapat diketahui bahwa CV Rabbani merasa dirugikan dengan beredarnya jilbab rabbani palsu, karena yang ditiru tidak hanya model jilbabnya saja, melainkan juga dengan logonya, CV Rabbani pernah melaporkan kejadian pemalsuan ini terhadap pihak yang berwajib.

Menurut Marni Emmy Mustafa dalam bukunya yang berjudul *Aneka Penegakan Hukum Hak Cipta, Paten, Merek, Dan Indikasi*

⁸⁷ Maria Ika, wawancara, Jember, 9 Maret 2020 Pukul 12:10 WIB.

Geografis, gugatan atas pelanggaran hak merek dapat dilakukan dengan cara:

- a. 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 kesearuhan untuk barang dan/ atau jasa yang sejenis berupa:
 - 1) Gugatan ganti rugi; dan/ atau
 - 2) Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut;
- b. Gugatan dapat pula diajukan oleh pemilik Merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan;
- c. Gugatan diajukan kepada Pengadilan Niaga.⁸⁸

Pada prinsipnya, sesuai prinsip hukum Merek, pelanggaran Merek dapat dikategorikan dalam tiga area utama, yaitu:

- a. *Infringement that create of likelihood of confusion as to source, sponsorship, affiliation, or connection.* (pelanggaran yang menyebabkan persamaan yang membingungkan mengenai sumber, sponsor, afiliasi, atau koneksi);
- b. *Counterfeiting that use of mark that is substantially indistinguishable- required for treble damages and criminal prosecution.* (pemalsuan dengan menggunakan merek yang secara substansial tidak dapat dibedakan yang dipersyaratkan untuk pemulihan tiga kali lipat dari

⁸⁸ Pasal 83 ayat (1-3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

jumlah kerugian sebenarnya sebagaimana dimungkinkan oleh aturan perundang-undangan dan untuk penuntutan pidana);

- c. *Dilution that lessening of the capacity of a famous mark to indentify and distinguish goods or likelihood of confusion.* (delusi merek yang mengurangi kapasitas sebuah Merek terkenal untuk mengidentifikasi dan membedakan barang atau jasanya, terkait dengan persaingan atau persamaan yang membingungkan).⁸⁹

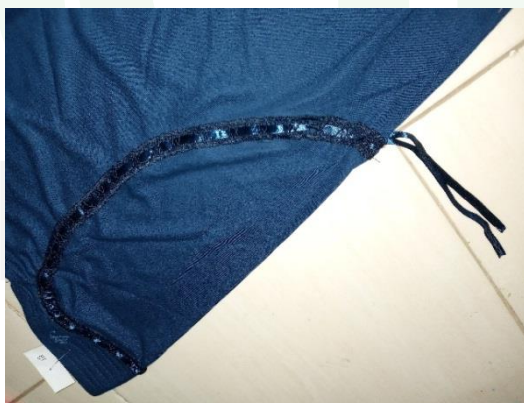
Berikut adalah Review Penulis terhadap Jilbab Rabbani asli dan Jilbab Rabbani palsu.



Jilbab Rabbani palsu model 1



Jilbab Rabbani palsu model 2



Jilbab Rabbani Asli

⁸⁹ Marni Emmy Mustafa, *Aneka Penegakan Hukum Hak Cipta, Paten, Merek, Dan Indikasi Geografis*, Bandung: PT Alumni, 2018, hlm. 75.



Jilbab Rabbani palsu dan asli ketika disandingkan



Jika dilihat dari modelnya antara ketiga jilbab seperti tidak ada perbedaannya, inilah yang membuat jilbab Rabbani palsu dan Asli susah dibedakan. Namun jika dicermati terdapat beberapa perbedaan antara jilbab Rabbani asli dan Rabbani palsu, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Dari kainnya jilbab Rabbani asli memiliki tekstur kain yang lebih lembut dan lebih tebal. Jilbab Rabbani palsu sedikit menerawang, serat kain lebih longgar tidak sepadat kain jilbab Rabbani asli.
- 2) Dari jahitannya jilbab Rabbani jilbab Rabbani asli lebih rapi daripada jilbab Rabbani palsu.

- 3) Bentuk pet jilbab Rabbani asli lebih lebar daripada jilbab Rabbani palsu.
- 4) Tali belakang jilbab rabbani asli terputus tidak tersambung, sedangkan jilbab Rabbani palsu kebanyakan tersambung, namun ada juga yang terputus, sehingga memang benar benar susah dibedakan antara jilbab Rabbani asli dan palsu.
- 5) Logo jilbab Rabbani asli lebih rapi, jelas, dan konsisten, sedangkan logo Rabbani palsu bordirannya kurang rapi. Namun keduanya berlogo sama, yaitu berupa tiga garis melengkung, hal ini juga membuat jilbab Rabbani asli dan palsu susah dibedakan.

Itulah beberapa perbedaan yang penulis temukan diantara jilbab rabbani palsu dan asli, meskipun terdapat perbedaan menurut penulis jilbab Rabbani palsu dan asli sangat sulit dibedakan, perlu ketelitian untuk dapat membedakannya.

3. Pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis terhadap Beredarnya Jilbab Rabbani Palsu.

Merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Paten dan Indikasi Geografis dalam Pasal 1 ayat (1) menjelaskan “merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan

barang dan/atau jasa.” Hak merek terbagi menjadi dua, yaitu hak merek dagang dan hak merek jasa hal ini tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis Pasal 2 ayat (2). Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.⁹⁰ Sedangkan Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.⁹¹

Dari pengertian diatas maka dapat diketahui bahwa CV Rabbani adalah perusahaan yang bergerak dalam memproduksi barang, sehingga dapat dikategorikan perusahaan pemilik jenis hak merek dagang bukan hak merek jasa. Lebih jelas pada Pasal 1 ayat (5) bahwa yang dimaksud Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.⁹²

Dari pasal tersebut maka siapapun yang mempunyai tanda sebagai merek lalu mendaftarkan diri pada menteri sebagaimana termuat dalam Pasal 1 ayat (8), bahwa “permohonan adalah permintaan pendaftaran Merek atau Pendaftaran Indikasi Geografis yang diajukan kepada Menteri”, sehingga jika semua persyaratan dalam pengajuan merek

⁹⁰ Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁹¹ Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁹² Undang Undang Hak Merek dan Indikasi Geografis Nomor 20 Tahun 2016.

terpenuhi negara akan memberikan hak eksklusif bagi pemilik merek tersebut.

CV Rabbani merupakan perusahaan yang terdaftar secara sah di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Dengan Nomor IDM000262605 dengan kelas barang NCL 25.⁹³ Dengan adanya Hak merek dagang yang dimiliki Rabbani maka Rabbani berhak untuk mendapatkan hak-hak eksklusif seperti yang telah diamanatkan Undang-Undang.

Syarat dan tata cara permohonan merek telah dijelaskan dalam Pasal 4 Undang Undang Hak Merek dan Indikasi Geografis Nomor 20 Tahun 2016, yaitu sebagai berikut:

- a. Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon⁹⁴ atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam Bahasa Indonesia.⁹⁵
- b. Dalam permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mencantumkan:⁹⁶
 - 1) Tanggal, bulan, dan tahun Permohonan;
 - 2) Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;
 - 3) Nama lengkap dan alamat kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;

⁹³ *Maria Ika, wawancara*, Jember, 9 Maret 2020 Pukul 12:15 WIB.

⁹⁴ Pemohon adalah pihak yang mengajukan Permohonan Merek atau Indikasi geografis (Pasal 1 ayat (9) Undang Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁹⁵ Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁹⁶ Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

- 4) Warna jika merek yang domohonkan pendafrannya menggunakan unsur warna;
 - 5) Nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan hak prioritas; dan
 - 6) Kelas barang dan/atau kelas jasa serta utaian jenis barang dan/atau jenis jasa.
- c. Permohonan ditanda tangani Pemohon atau Kuasanya.⁹⁷
 - d. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilampiri dengan label Merek dan Bukti pembayaran biaya.⁹⁸
 - e. Biaya permohonan pendaftaran merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa.⁹⁹
 - f. Dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari merek tersebut.¹⁰⁰
 - g. Dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa suara, label merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.¹⁰¹
 - h. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan Merek yang dimohonkan pendafrannya.¹⁰²

⁹⁷ Pasal 4 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁹⁸ Pasal 4 ayat (4) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁹⁹ Pasal 4 ayat (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹⁰⁰ Pasal 4 ayat (6) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹⁰¹ Pasal 4 ayat (7) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹⁰² Pasal 4 ayat (8) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

- i. Ketentuan lebih lanjut mengenai biaya permohonan sebagai-mana dimaksud pada ayat (5) diatur dengan Peraturan Pemerintah.¹⁰³

Dari pasal-pasal tersebut telah dengan jelas disebutkan syarat dan tatacara pendaftaran merek, jika semua syarat terpenuhi dan Merek telah terdaftar maka hak atas dapat diperoleh pemohon.¹⁰⁴ Jika merek sudah terdaftar, berarti merek tersebut telah mempunyai perlindungan hukum, dan apabila ada pembajakan merek dengan maksud untuk menyandarkan *provit orientid* (keuntungan) maka hal tersebut dapat menimbulkan adanya persaingan yang tidak sehat. Persaingan dalam usaha memang wajar, namun apabila dilakukan dengan kecurangan seperti mencuri karya orang lain maka hal tersebut tentu akan melanggar hukum negara maupun hukum agama. Persaingan tidak sehat menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 pasal 1 huruf (f) adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.¹⁰⁵ Dalam hal ini memang semua tergantung kepada konsumen karena Ibu Nurul telah memberikan pilihan kepada konsumen antara Jilbab Rabbani asli atau yang palsu, karena Ibu Nurul menyediakan kedua-keduanya, sehingga pilihan ada ditangan konsumen. Namun, lebih baiknya jika penjual seperti Ibu

¹⁰³ Pasal 4 ayat (9) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹⁰⁴ Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹⁰⁵ Pasal 1 huruf (f) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Nurul hanya menjual jilbab yang asli saja, penulis beranggapan bahwa pedagang jilbab khususnya yang di desa seperti Ibu Nurul kurang memahi mengenai hukum merek, hukum perlindungan konsumen dan lain sebagainya, sehingga pedagang tidak berpikir hingga sejauh itu melainkan hanya mencari cara bagaimana agar Tokonya ramai pembeli.

Semua pelaku usaha memang di tuntut untuk terus berinovasi dalam mengembangkan bisnisnya, karena dalam usaha persaingan sudah pasti ada, namun dalam mengembangkan bisnis yang kita jalani kejujuran dan persaingan secara sehat harus kita kedepankan, tidak hanya selalu berusaha untuk memuaskan konsumen namun juga bagaimana usaha kita tidak merugikan pengusaha yang lain.

Muhammad Sadi dalam bukunya yang berjudul Hukum persaingan Usaha menyebutkan bahwa dalam dunia usaha, bentuk persaingan usaha harus dipandang positif. Ketika para pelaku usaha bersaing, pebisnis dalam hal ini akan berlomba-lomba memperbaiki produk dan inovasi dan memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen. Dengan kondisi persaingan yang ketat, yang dituntut kemudian adalah persaingan yang sehat antarpengusaha, karena pada praktiknya tidak jarang terjadi perilaku-perilaku *unfair* yang memunculkan praktik monopoli yang merugikan.¹⁰⁶

¹⁰⁶ Muhamad sadi, *Hukum Persaingan Usaha*, (Malang: Setara Press, 2016), vii.

Pembajakan atau pembuatan produk tiruan merupakan salah satu contoh adanya praktik persaingan yang tidak sehat, karena dapat merugikan pemilik merek sah baik secara materi maupun immateri. Kerugian materi akan dirasakan pemilik merek yang sah karena sebagian konsumen tentu akan memilih produk tiruan dengan disarkan faktor-faktor tertentu, faktor harga misalnya. Harga yang lebih murah akan membuat konsumen lebih tertarik dan antusias untuk membeli. Sedangkan kerugian immateril yang didapatkan pemilik merek sah dapat berupa berkurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk asli dari suatu merek.

Pelanggaran yang dilakukan oleh penjiplak baik keseluruhan ataupun sebagian yang meliputi gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2 dimensi ataupun 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut dapat dikenai ancaman hukuman sebagai berikut:

- 1) Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan 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).¹⁰⁷

¹⁰⁷ Pasal 100 ayat (1) Undang-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, diidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).¹⁰⁸
- 3) Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).¹⁰⁹

4. Pandangan Hukum Islam Terhadap Beredarnya Jilbab Rabbani

Palsu.

Perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan *syariah* di Indonesia ditandai dengan adanya Fatwa¹¹⁰ Majelis Ulama Indonesia Nomor: 1/MUNASVII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) tanggal 28 Juli 2005, yang menetapkan bahwa

¹⁰⁸ Pasal 100 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹⁰⁹ Pasal 100 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹¹⁰ Fatwa adalah “penjelasan hukum *syariat* atas suatu permasalahan dari permasalahan-permasalahan yang ada, yang didukung oleh dalil yang berasal dari Al-Quran, Sunnah Nabawiyah, dan Ijtihad. Sedangkan menurut Amir Syarifuddin, fatwa berarti “usaha memberikan penjelasan tentang hukum syara’ oleh ahlinya kepada orang yang belum mengetahuinya.

“Setiap bentuk pelanggaran terhadap HKI, termasuk namun tidak terbatas pada menggunakan, mengungkapkan, membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan, memperbanyak, menjiplak, memalsu, membajak HKI milik orang lain secara tanpa hak merupakan kezaliman dan hukumnya adalah **haram**.”¹¹¹

Dari hasil penetapan fatwa MUI tersebut Hak Merek masuk dalam Hak Kekayaan Intelektual yaitu Hak Merek. Majelis Ulama Indonesia menetapkan setiap yang termasuk dalam Hak Kekayaan Intelektual mendapatkan perlindungan hukum Islam karena Hak Kekayaan Intelektual sama halnya dengan harta kekayaan yang harus dilindungi, asalkan Hak Kekayaan Intelektual tersebut tidak bertentangan dengan Hukum Islam.

Fatwa tersebut ditetapkan berdasarkan beberapa pertimbangan, adapun dasar hukum yang digunakan dalam fatwa MUI tersebut adalah:

a. Al Quran

1) An Nisa Ayat 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ 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 al-Nisa’ [4]: 29)¹¹²

¹¹¹ Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: 1/MUNASVII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) tanggal 28 Juli 2005.

¹¹² Quran Surat An-Nisa Ayat 29, tafsirweb.com, (11 Mei 2020).

2) Al baqarah ayat 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagaimana daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui” .(Q.S al-Baqarah 188)¹¹³

3) Asy Syu'araa' ayat 183

وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَمْوَالَهُمْ 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 al-Syu'ara [26]: 183)¹¹⁴

4) Al Baqarah ayat 279

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ
رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya: “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasulnya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya. .”(Q.S al-Baqarah [2]: 279)¹¹⁵

¹¹³ Quran Surat Al-Baqarah Ayat 188, tafsirweb.com, (11 Mei 2020).

¹¹⁴ Quran Surat Al-Syu'ara' Ayat 183, tafsirweb.com, (11 Mei 2020).

¹¹⁵ Quran Surat Al-Baqarah Ayat 279, tafsirweb.com, (11 Mei 2020).

b. Hadist

1) Tentang larangan berbuat dzalim:

a) “Hai para hamba-Ku! Sungguh aku telah mengharamkan kezaliman atas diriKu dan Aku jadikan kezaliman itu sebagai hal yang diharamkan diantaramu; maka, janganlah kamu saling menzalimi...” (H.R Muslim).

b) “Muslim adalah saudara muslim (yang lain); ia tidak boleh menzalimi dan menghinanya...”(H.R Bukhori).

2) Hadist Nabi Riwayat Ibnu Majah dari Ubadah Bin Shamit, riwayat Ahmad dari Ibnu Abbas dan Malik dari Yahya: tidak boleh membayahayan (merugikan) diri sendiri dan tidak boleh pula membahayakan (kerugian) orang lain.”¹¹⁶

c. Pendapat ulama tentang Hak Kekayaan Intelektual adalah :

Mayoritas ulama dari kalangan mazhab Maliki, Syafi’i dan Hambali berpendapat bahwa hak cipta atas ciptaan yang orisinil dan manfaat tergolong harta berharga sebagaimana benda jika boleh dimanfaatkan secara syara’ (hukum islam). Berdasarkan hal (bahwa hak kepengarangan adalah hak yang dilindungi oleh syara’ [hukum islam] atas dasar kaidah istishlah) tersebut, mencetak ulang atau men-copy buku (tanpa seiiizin yang sah) dipandang sebagai pelanggaran atau kejahatan terhadap hak pengarang; dalam arti bahwa perbuatan tersebut adalah kemaksiatan yang menimbulkan dosa dalam pandangan

¹¹⁶ Nugaraha Pranadita, 115-116.

syara' dan merupakan pencurian yang mengharuskan ganti rugi terhadap hak pengarang atas naskah yang dicetak secara melanggar dan zalim, serta menimbulkan kerugian moril yang menyimpannya".¹¹⁷

Pengakuan ulama terhadap hak sebagai peninggalan yang diwarisi: *Tirkah* (harta peninggalan, harta pusaka) adalah harta atau hak.

Dari pandangan hukum positif yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis dan juga dari pandangan hukum Islam mulai dari Fatwa MUI, Dalil Al-Qur'an, Hadist Rasulullah, dan juga pendapat Ulama semuanya sinkron bahwasanya kegiatan menjiplak atau meniru suatu produk untuk kegiatan komersil merupakan kegiatan yang tidak dibolehkan, hal ini karena akan merugikan pemilik merek atau pencipta dari suatu karya, meniru karya orang lain demi mendapatkan keuntungan sama halnya dengan mencuri, tentu hal ini tidak akan dibenarkan dari sudut pandang manapun. Kita sebagai orang yang akan mempunyai suatu usaha ataupun yang telah memiliki usaha hendaknya berusaha untuk menciptakan suatu produk atau karya dari hasil pemikiran kita sendiri, sehingga produk yang kita jual dapat kita pertanggungjawabkan baik di hadapan manusia khususnya konsumen maupun di hadapan Sang Pencipta.

¹¹⁷ Nugaraha Pranadita, 117.

Keberhasilan seorang pembisnis selain dikarenakan oleh produk yang dihasilkan baik barang ataupun jasa memiliki kualitas yang baik, namun juga dipengaruhi oleh kepribadian atau akhlak sang penjual barang atau jasa. Seperti yang telah dicontohkan oleh Rasulullah bahwa seorang pembisnis harus memiliki mempunyai etika dalam menjalankan praktik bisnisnya, yaitu dengan cara:

- 1) Kejujuran, dalam berbisnis Rasulullah selalu menerapkan kejujuran dalam setiap transaksinya, sehingga Rasul mendapatkan gelar *Al-Amin* (dapat dipercaya) dari masyarakat Mekkah. Hal itu dikarenakan perilaku Rasul yang jujur setiap harinya dalam berdagang. Hal inilah yang harus dijadikan contoh untuk para pebisnis atau pengusaha, dengan selalu membangun kepercayaan kepada konsumen, yaitu dengan cara memberikan informasi yang sebenar-benarnya kepada konsumen terhadap keadaan suatu barang yang dijual, dengan begitu konsumen tidak akan merasa tertipu dan rasa kepercayaan konsumen kepada penjual akan semakin meningkat.
- 2) Amanah, amanah adalah bentuk masdar dari *amuna, ya'munu* yang artinya bisa dipercaya.¹¹⁸ Rasulullah dalam menjalankan bisnisnya juga melaksanakan prinsip ini. Pada saat Rasulullah menjadi karyawan dari Khadijah Rasulullah selalu menjaga dan melaksanakan apa yang diperintahkan dan titipkan Khadijah

¹¹⁸ Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, (Semarang: IAIN Semarang, 2003), 147.

kepada Rasulullah, bahkan saat Rasulullah mendapatkan keuntungan yang sangat besar dari hasil berdagang tersebut Rasulullah memberikan semua keuntungannya kepada Khadijah tanpa dikurangi sedikitpun. Dari cerita Rasulullah bisa kita ambil contoh dimasa sekarang, bahwa seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya segala ucapan dan tindakannya.

- 3) Tepat menimbang, etika bisnis Rasulullah yang selanjutnya adalah tepat dalam menimbang, penjual tidak boleh mengurangi takaran yang seharusnya sehingga antara barang atau jasa yang dijual dengan nilai tukar yang didapatkan sesuai. Jika kita menjual barang haruslah dijual dengan harga yang sesuai kualitasnya, jangan hanya karena ingin mendapatkan sebanyak keuntungan kita menjual barang yang kualitasnya biasanya dengan harga yang tinggi, tentu itu akan merugikan konsumen, hendaklah mengambil keuntungan sepantasnya.
- 4) Tidak *Gharar*, *gharar* menurut bahasa adalah *al-khatar* yaitu sesuatu yang tidak diketahui secara pasti benar atau tidaknya.¹¹⁹

Sesuatu yang belum jelas objek, akad, jumlah, besar kecil, maupun kemampuan menyerahkan objek hendaknya tidak diperjualbelikan. Karena ketidakjelasan tersebut bisa saja merugikan salah satu pihak, semisal transaksi jual beli buah-buahan tanpa ditimbang atau dihitung melainkan hanya dengan ditakar dengan kira-kira,

¹¹⁹ Muhammad Saifullah, 148.

karena kita tidak tahu berapa jumlah atau berat yang sebenarnya dari buah-buahan tersebut hal ini akan memicu timbulnya kerugian di salah satu pihak.

- 5) Tidak melakukan penimbunan barang, Rasul melarang adanya menimbunan barang karena hal ini dapat menimbulkan *kemudhoratan* di masyarakat. menmbun barang akan menguntungkan sang penimbun dan akan merugikan orang lain yang benar-enar membutuhkan barang tersebut. Contohnya, akhir-akhir ini semenjak ada Virus Corona atau Covid-19 banyak sekali tertangkap penimbun masker yang dengan sengaja menimbun masker karena hampir semua masyarakat membutuhkannya, ketika masker dipasaran langka maka penimbun dapat menjual masker-masker miliknya dengan harga yang lebih mahal, hal ini akan membuat penimbun masker mendapat keuntungan yang berkali lipat. Disisi lain orang-orang yang membutuhkan akan semakin sulit untuk mendapatkan masker, dan jika mendapatkan harus membeli dengan harga yang mahal, tentu keadaan ini akan merugikan banyak pihak. Hendaklah kita tidak melakukan hal tersebut.

- 6) Tidak melakukan *al ghab* dan *tadlis*, *al ghab* artinya adalah penipuan yaitu dengan cara membeli barang dengan harga yang terlalu tinggi atau membeli barang dengan harga yang terlalu rendah, sehingga tidak sesuai dengan harga rata-rata. Sedangkan

tadlis adalah penipuan yang dilakukan oleh penjual atau pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan pada saat transaksi. Semisal penjual menyembunyikan kecacatan barang dijual, atau pembeli menyembunyikan kecacatan uang yang digunakan untuk membayar. Jika hal ini dilakukan maka akan merugikan salah satu pihak, hendaklah kita bisa saling mengasihi tanpa adanya penipuan dalam berjual beli.

- 7) Saling menguntungkan, dalam bernisnis hendaklah terjadi saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Pembeli dapat merasa puas dengan manfaat dan kualitas barang yang dibeli, dan penjual merasa puas karena mendapatkan keuntungan dari barang yang telah dijualnya. Dengan begitu keduanya akan saling diuntungkan, tanpa ada yang merasa dirugikan.

Lalu bagaimana jika pembeli tahu bahwa barang tersebut memang imitasi? Hal ini tetap saja tidak boleh dilakukan karena meskipun konsumen tahu bahwa barang tersebut adalah jiplakan sang penjual tetap saja dianggap pencuri, jual beli barang tiruan termasuk dalam jual beli yang bertentangan dengan *nash-nash* dan *syara*. Dalam hal ini yaitu *nash* mengenai berbuat *dharar* yaitu menimbulkan mudharat dan merugikan terhadap diri sendiri maupun orang lain.

Ada dua macam jual beli yang dilarang oleh *syara'*. Pertama jual beli yang dilarang oleh *syara'* karena sebab internal,

diantaranya adalah objeknya haram, mengandung riba, menipu, dan lain sebagainya. Kedua jual beli yang dilarang oleh *syara'* karena sebab eksternal, yaitu jual beli yang dapat menimbulkan kerugian pihak lain. Jual beli yang dilarang oleh *syara'* karena sebab eksternal tetap sah dilakukan, namun hukumnya adalah haram. Ibnu Rusyd (520-595-H) dalam *Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtashid* mengatakan bahwa:

“Adapun jual beli yang ada larangan *syara'* terhadapnya kerana sebab-sebab dari luar (sebab eksternal) maka termasuk dalam jenis jual beli yang mengandung manipulasi, pemalsuan atau tipu daya ghasysy), dan jual beli yang mengandung dharar, yakni merugikan terhadap diri sendiri atau orang/pihak lain...” menurut mazhab Hanafiyah dan Syafiiyah hukumnya boleh (sah), tetapi pelakunya berdosa.¹²⁰

Salah satu cara untuk menghindari produk palsu yaitu dengan menjadi konsumen yang bijak dan cerdas, selain mempertimbangkan harga, kualitas juga penting untuk diperhatikan, karena dengan membeli produk tiruan atau palsu tidak hanya konsumen yang akan dirugikan melainkan juga pemilik atau produsen produk asli. Menurut Ustad Ahmad Ali MD, Pengurus Lembaga Dakwah PBNU, dalam tulisannya yang berjudul “Hukum Jual Beli Produk KW” yang dimuat dalam situs NU Online, dinyatakan bahwa kaidah yang dapat digunakan mengenai membeli atau menjual barang tiruan dengan keadaan

¹²⁰ Beritagar-id.cdn.ampproject.org, (25 Juli 2020)

pelaku mengetahuinya yaitu kaidah yang dikemukakan oleh golongan Hambali dan para Fuqoha, yang mengatakan:

الأَصْلُ فِي الْعُقُودِ وَمَا يَتَّصِلُ بِهَا مِنْ شُرُوطِ الْإِبَاحَةِ مَا لَمْ يَمْتَعَهَا الشَّرْعُ أَوْ تُخَالِفَ
نُصُوصَ الشَّرْعِ

Artinya: “Prinsip dasar di dalam akad dan segala hal yang berhubungan dengannya, termasuk syarat, adalah boleh selama tidak dilarang oleh syara’ atau bertentangan dengan nash-nash syara’”.¹²¹

Pendapat yang sama juga tertuang dalam Fatwa MUI Nomor: 1/MUNAS VII/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dalam Ketentuan Hukum Poin 4 yang isinya:

“Setiap bentuk pelanggaran terhadap HKI, termasuk namun tidak terbatas pada menggunakan, mengungkapkan, membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan, memperbanyak, menjiplak, memalsu, membajak HKI milik orang lain secara tanpa hak merupakan kezaliman dan hukumnya adalah haram.”

Sehingga terdapat relevansi antara Hukum Positif yang berlaku dengan Hukum Islam, bahwa kegiatan jual beli produk palsu adalah kegiatan yang melanggar Undang-Undang menurut Hukum Positif, dan juga perilaku yang tercela dan termasuk haram menurut Hukum Islam. Tindakan jual beli produk palsu bisa dihindari dengan cara menanamkan kesadaran terhadap diri sendiri, pentingnya saling menghargai harus diterapkan agar dalam

¹²¹ *Hukum Jual Beli Produk Kw*, <https://islam.nu.or.id/post/read/106098/hukum-jual-beli-produk-kw>, (11 Mei 2020).

menggunakan atau memakai produk baik untuk diri sendiri ataupun untuk kegiatan komersil bisa lebih bijak dan dapat di pertanggungjawabkan.

A. Pembahasan Hasil Temuan

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan, penulis menemukan hasil temuan berupa:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli jilbab Rabbani palsu adalah:
 - a. Faktor harga, hal ini dikarenakan mayoritas konsumen dari jilbab Rabbani adalah siswa, santri, dan mahasiswa, yang sebagian besar merupakan kelompok belum mandiri secara finansial sehingga para konsumen tersebut lebih tertarik terhadap jilbab Rabbani palsu yang harganya lebih murah.
 - b. Faktor ketidaktahuan pembeli atau konsumen, tidak semua pedagang jilbab Rabbani palsu memberitahu konsumen jika yang dijual adalah jilbab Rabbani palsu, sehingga terkadang konsumen menganggap bahwa jilbab yang dibeli adalah jilbab Rabbani asli.
 - c. Faktor kesengajaan konsumen, jilbab Rabbani memang merupakan *brand* jilbab yang cukup terkenal di Indonesia, sehingga ada kebanggaan tersendiri bagi para pemakainya, namun tidak sedikit pemakai atau konsumen yang merasa keberatan dengan harga jilbab Rabbani yang asli, sehingga untuk tetap dapat memiliki jilbab Rabbani namun dengan *budget* yang minim, membeli jilbab Rabbani palsu

merupakan pilihan bagi konsumen yang ingin terlihat bergaya karena memakai jilbab bermerek.

2. Pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, sanksi yang berkaitan dengan adanya penjiplakan terdapat dalam Pasal 100 ayat 1, 2, dan 3. Ayat 1 menguraikan hukuman bagi pelaku penjiplakan secara keseluruhan, ayat 2 menguraikan penjiplakan secara sebagian, dan ayat 3 menjelaskan penjiplakan yang menyebabkan pihak lain terluka. Untuk kasus jilbab Rabbani ini menggunakan Pasal 100 ayat 1 yaitu penjiplakan secara keseluruhan dengan ancaman pidana penjara paling lama 5 tahun penjara, dan denda paling banyak 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

3. Pandangan Hukum Ekonomi Islam terhadap adanya jual beli jilbab Rabbani Palsu.

Pandangan hukum Islam terhadap adanya jual beli jilbab Rabbani palsu terdapat dalam Fatwa Majelis Indonesia Indonesia Nomor: 1/MUNASVII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) tanggal 28 Juli 2005. Dengan pertimbangan yaitu, *pertama* dalil-dalil tentang ayat Qur'an: An-Nisa ayat 29, Al baqarah ayat 188, Al syu'ara ayat 183, Al baqarah ayat 279. *Kedua*, hadist-hadist tentang larangan perbuatan curang. *Ketiga*, pendapat para ulama yaitu Mayoritas ulama dari kalangan mazhab Maliki, Syafi'i dan Hambali. Untuk transaksi

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dan analisis data yang diperoleh tentang Analisis Hukum Terhadap Beredarnya Produk Tiruan Brand Jilbab Rabbani Palsu Di Kabupaten Jember Perspektif UU No.20 Tahun 2016 Dan Pandangan Hukum Ekonomi Islam. Dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Peneliti menemukan faktor-faktor yang menyebabkan adanya jual beli Jilbab Rabbani palsu di Kabupaten Jember. *Pertama*, faktor harga. Harga jilbab Rabbani palsu yang jauh lebih murah membuat konsumen lebih tertarik, karena dinilai lebih terjangkau apalagi untuk kalangan santri dan siswa. Pengguna jilbab Rabbani mayoritas adalah pelajar, karena pelajar merupakan kelompok yang belum mandiri secara finansial maka pelajar atau santri lebih tertarik untuk membeli jilbab Rabbani yang palsu. Selain itu alasan pedagangpasaran menjual jilbab Rabbani palsu adalah karena jilbab Rabbani palsu lebih menguntungkan karena lebih banyak peminatnya. *Kedua*, faktor ketidaktahuan pembeli, tidak semua konsumen mengetahui bahwa ada jilbab Rabbani Palsu, terlebih terkadang penjual tidak menjelaskan, hal ini membuat konsumen mengira bahwa yang dibeli adalah jilbab Rabbani asli. *Ketiga*, adanya kesengajaan konsumen untuk membeli jilbab Rabbani palsu, hal ini karena jilbab Rabbani palsu

harganya jauh lebih murah daripada Jilbab Rabbani asli, selain itu konsumen ingin terlihat bergaya karena memakai jilbab bermerek.

2. Pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengenai adanya penjiplakan hak merek telah tercantum dalam pasal 100 ayat 1, 2, dan 3, dimana setiap orang dengan tanpa hak menggunakan merek terdaftar milik orang lain diancam dengan pidana penjara paling lama 5 tahun penjara, dan denda paling banyak 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
3. Pandangan hukum ekonomi islam mengenai Hak merek dalam hal ini adanya penjiplakan jilbab Rabbani secara jelas telah dituangkan dalam Fatwa Majelis Indonesia Indonesia Nomor: 1/MUNASVII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) tanggal 28 Juli 2005. Dengan pertimbangan yaitu, *pertama* dalil-dalil tentang ayat Qur'an: An-Nisa ayat 29, Al baqarah ayat 188, Al syu'ara ayat 183, Al baqarah ayat 279. *Kedua*, hadist-hadist tentang larangan perbuatan curang. *Ketiga*, pendapat para ulama yaitu Mayoritas ulama dari kalangan mazhab Maliki, Syafi'i dan Hambali berpendapat bahwa hak kekayaan intelektual sama halnya dengan harta berharga, sehingga benda boleh dimanfaatkan oleh pemilik asli secara syara' (hukum islam), dan pihak lain yang memanfaatkan tanpa seizin pemilik sah dapat dikategorikan sebagai pelanggar atau penjahat hak kekayaan intelektual.

B. Saran-Saran

Mengingat pentingnya berlaku jujur dalam menciptakan sebuah karya, karena kecurangan pembuatan karya dengan cara mencuri ide atau pikiran orang lain dapat menimbulkan masalah hukum, maka penulis memberikan saran-saran kepada semua pihak sebagai berikut:

1. CV Rabbani sebagai perusahaan ternama di Indonesia harus lebih aktif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan dan menciptakan produk, terus meningkatkan sosialisasi kepada konsumen tentang Jilbab Rabbani yang asli, agar masyarakat lebih mengenal Jilbab Rabbani yang asli.
2. Kepada masyarakat atau konsumen diharapkan agar menjadi konsumen yang cerdas dengan cara lebih selectif dalam memberi barang, tidak membeli produk palsu karena dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik produk asli. Dengan membeli produk palsu sama saja kita mendukung adanya pencurian atau kecurangan.
3. Kepada pedagang atau konsumen antara sebaiknya lebih memperhatikan hak-hak dari konsumen maupun hak pemilik produk asli dari Jilbab Rabbani.
4. Kepada produsen jilbab Rabbani palsu hendaknya menghentikan produksi jilbab model Rabbani palsu, karena terdapat hukum negara dan hukum islam yang secara tegas tidak membolehkan adanya penjiplakan atas suatu produk yang sah milik pihak lain.
5. Kepada pemerintah diharapkan lebih mempertegas lagi sanksi bagi pelanggar hak merek atau hak kekayaan intelektual lainnya, aturan-aturan

yang dituangkan dalam bentuk Undang-undang hendaknya diikuti dengan pengawasan yang tepat, sehingga antara norma dan fakta empiris di lapangan dapat berjalan sesuai harapan. Selain adanya aturan-aturan yang berlaku juga perlu adanya sosialisasi mengenai Hak Merek, sehingga baik pembeli maupun penjual memahami bahwa terdapat aturan yang membatasi dan mengatur kegiatan jualbeli yang dilakukan.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta).
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2002. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (Surabaya: Duta Ilmu Surabaya).
- Hamid, Arifin. *Membumikan Ekonomi Syariah Di Indonesia*. 2008. (Jakarta: Pramuda Jakarta).
- Harisudin, Noor. 2014. *Ilmu Ushul Fiqih*. (Jember: Jember STAIN Press).
- Hidayah, Khoirul. *Hukum HKI*. (Malang: Setara Press).
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Rosda).
- Mustofa, Imam. 2014. *Fiqih Muamalah Kontemporer*. (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara).
- Mustafa, Marni Emmy. 2018. *Aneka Penegakan Hukum, Hak Cipta, Paten, Merek dan Indikasi Geografis*. (Bandung: PT Alumni).
- Partanto, Pius. 2001. *Kamus Ilmiah Populer*. (Yogyakarta: Penerbit Arloka Surabaya).
- Pranadita, Nugaraha. 2018. *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*. (Yogyakarta: Penerbit Deepublish).
- Saifullah, Muhammad. 2003. *Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah*. (Semarang: IAIN Semarang).
- Sembiring, Sentosa. 2002. *Prosedur Dan Tata Cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Hak Cipta Paten Dan Merek*. (Bandung: CV. Yrama Widya).
- Sidablok, Janus. 2002. *Hukum Perusahaan*. (Bandung: Penerbit Nuansa Aulia).
- Sudarsono. 1992. *Kamus Hukum*. (Jakarta: PT Rineka Cipta).
- Sutrisno. 1993. *Metodologi Research I*. (Yogyakarta: Andi Offset).
- Syah, Djalinus Dkk. 1993. *Kamus Pelajar Kata Serapan Bahasa Indonesia*. (Jakarta: PT Rineka Cipta).

Tim Penyusun IAIN Jember. 2010. *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. (Jember: IAIN Jember Press).

Triyanta, Agus. 2016. *Hukum Perbankan Syariah*, (Malang: Setara Press).

Umar, Husein. 2000. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada).

Wojowasito, S. 2007. *Kamus Lengkap*, (Bandung: Penerbit Hasta).

Yunia, Ika. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. (Jakarta: Kencana).

Sumber Skripsi:

Fadholi, Rahman, Ahmad. 2018. *Studi Yuridis-Sosiologis Terhadap Problematika Perkawinan Sejenis Di KUA Kecamatan Ajung Kabupaten Jember Tahun 2017*. (Skripsi. IAIN Jember: Jember.)

Rahmahidayani, Destia. 2016. *Jual Beli Barang Fashion Palsu Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan Masalah (Studi Di Kota Kediri)*. (Skripsi. Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang: Malang).

Sitammu, Diana. 2016. *Tinjauan Kriminologis Terhadap Peredaran Kosmetik Palsu Di Kota Makassar*. (Skripsi. IAIN Makassar: Makassar).

Utomo, Dimas Rais Utomo. 2018. *Jual Beli Barang Tiruan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. (Skripsi. IAIN Metro: Metro).

Sumber Jurnal

PS Rizky. 2016. *Perkembangan Hijab Di Indonesia*.

Sumber Undang-Undang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: 1/MUNASVII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) tanggal 28 Juli 2005.

Sumber Internet

Haq, Husnul. *Merek Menurut Hukum Islam*, <https://islam.nu.or.id/post/read/93065/merek-menurut-hukum-islam> (1 November 2019).

Hukum Jual Beli Produk Kw, <https://islam.nu.or.id/post/read/106098/hukum-jual-beli-produk-kw>, (20 April 2020).

Jual Beli Barang Kw Atau Bajakan, Beritagar-id.cdn.ampproject.org, (25 Juli 2020).

Pengembangan Teknologi, Pengembangan-teknologi.blogspot.com (19 Februari 2020).

Quran Surat An-Nisa Ayat 29, tafsirweb.com (11 Mei 2020).

Quran Surat Al-Baqarah Ayat 188, tafsirweb.com (11 Mei 2020).

Sejarah Rabbani, www.rabbani.co.id (19 Februari 2020).

Struktur Organisasi Rabbani, Rabbaniasysa.blogspot.com. (12 Maret 2020).

Visi dan Misi Perusahaan Rabbani, www.rabbani.co.id (19 Februari 2020).

Wikipedia Ensiklopedia Bebas. [https://id.wikipedia.org/wiki/Undang-undang_\(Indonesia\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Undang-undang_(Indonesia)) (6 November 2019).

Wikipedia Bahasa Indonesia, <https://id.wikipedia.org/wiki/Hak> (6 November 2019).

IAIN JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini:

Nama : Astin Yuniar

Nim : S20162037

Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Islam/Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Analisis Hukum Terhadap Beredarnya Produk Tiruan Brand Jilbab Rabbani Palsu Di Kabupaten Jember Perspektif Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Dan Pandangan Hukum Ekonomi Islam**" adalah Hasil Penelitian/Karya Sendiri, Kecuali Pada Kutipan-Kutipan Yang Dirujuk.

Jember, 09 Juli 2020

Saya Menyatakan



ASTIN YUNIAR
NIM. S20162037

DATA PRIBADI

Nama	Gender	Semester	Jurusan
ASTIN YUNIAR	Perempuan	8	Hukum Ekonomi Syariah

URAIAN OBSERVASI LAPANGAN

JUDUL OBSERVASI LAPANGAN : Analisi Hukum Terhadap Beredarnya Produk Tiruan Brand Jilbab Rabbani Palsu Di kabupaten Jember Perspektif UU Nomor 20 Tahun 2016 Dan Pandangan Hukum Ekonomi Islam

TUJUAN OBSERVASI LAPANGAN :
a. Untuk Mengetahui Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Beredarnya Jilbab Rabbani Palsu Di Kabupaten Jember.
b. Untuk Mengetahui Bagaimana Pandangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis terhadap Adanya Penjualan Barang Tiruan Jilbab Rabbani Di Kabupaten Jember.
c. Untuk Mengetahui Bagaimana Pandangan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Adanya Penjualan Barang Tiruan Jilbab Rabbani Di Kabupaten Jember.

LOKASIO BSERVASI LAPANGAN : CV Rabbani Asysa, Jl. Citarum Nomor 20A, Bandung.

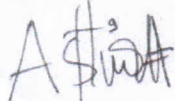
DEPARTEMEN :- _____

TANGGAL PELAKSANAAN : 10 Juni sampai selesai.

Demikian Surat Pengajuan ini Saya Buat dengan Sebenar-benarnya

10 Juni 2020

Pemohon



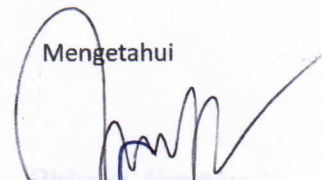
Astin Yuniar
S20162037

Penanggungjawab
Lokasi Praktek



Menyetujui

Mengetahui



Ibnu Ramdhani
HCD Manager

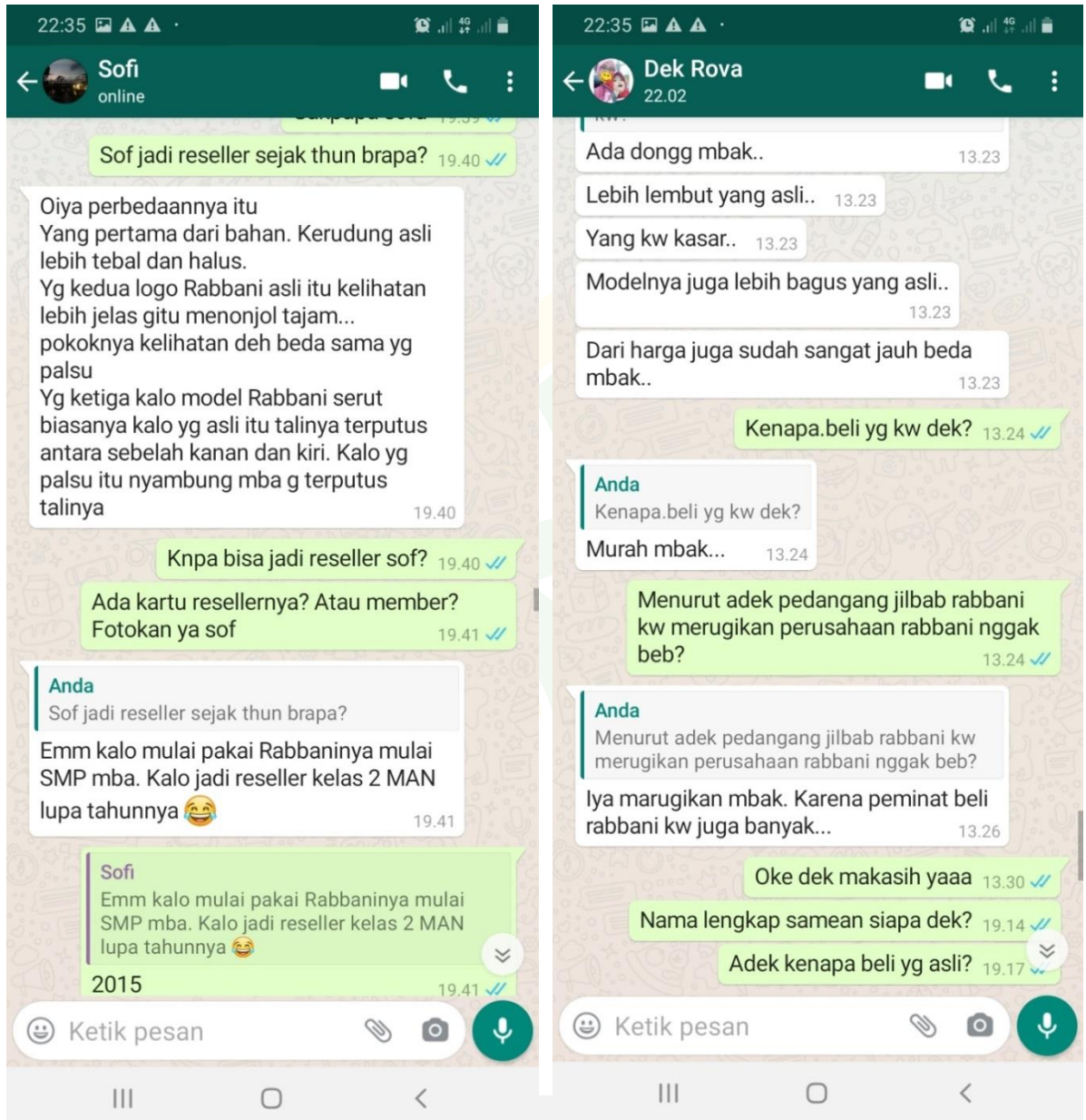


Agus Soleh
HCD Manager

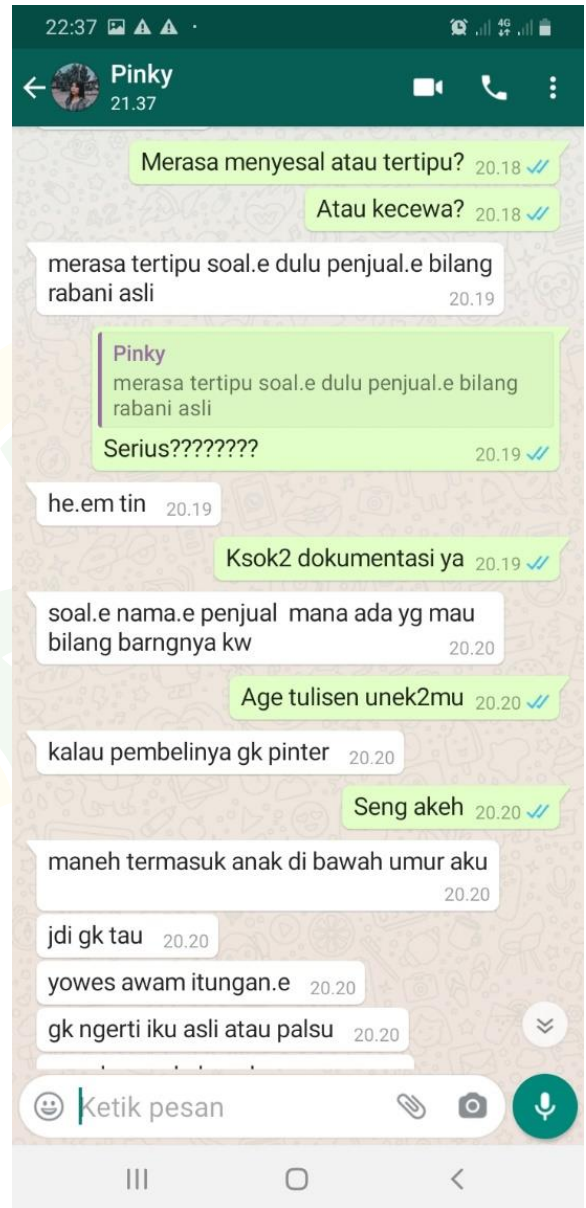
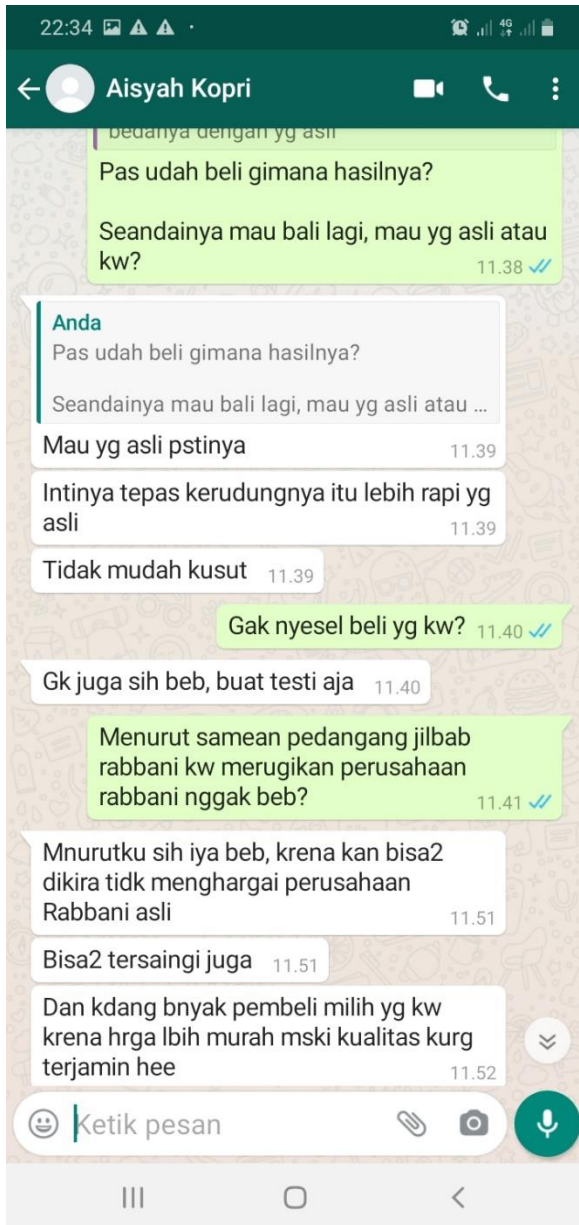


Nandang Komara
Operational Direct

DOKUMENTASI



IAIN JEMBER



IAIN JEMBER

22:33



Mode Data

Buka Gratis



Nanda Vinia Verta Elgistia
aktif 39 menit yang lalu



Minta bantuannya yaaa. Jawab seadanya aja

Menurut samean sendiri, samean merugikan perusahaan rabbani nggak sih? Kasih alasannya ya dik

Dulu pas juall peminatnya jilbab rabbani kw itu dikit mbak, soalnya aku dlu jual ya bntar soalnya yg lariss jilbab lain sprti segiemprt dan khimar2 gt.

Kalau mnrtku sih engga mbk ,soalny aku jg dlu sistem PO dan ngga jual bnyak gt. Kalau mnrtku dengan diciptakan jilbab rabbani kw itu buat pansos yaa, soalnya kan dl rabbani terkenal dan bnyak peminatnya trs hrganya juga tinggi. Untuk penciptaan rabbani kw itu untuk target psar yg lebih rendah shingga smua bisa membeli dngn hrga yg lebih rendah. Tapi perusahaan rabbani tdk dirugikan krna produknya rabbani memang bagus dan pasti jg sdh ada target pasarnya sndiri.



Jadi meskipun bersaing sudah ada target pasar harga dan kualitasnya itu yg membedakan dan dpt diunggulkan.

Oh gitu baiklah



Ketikkan pesan



IAIN JEMBER







IAIN JEMBER

BIODATA PENULIS



Nama : Astin Yuniar
Tempat Tanggal Lahir: Jember, 28 -08-1997
NIM : S20162037
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi Islam
Prodi : Hukum Ekonoii Syariah
Alamat : RT/RW: 035/009 Desa Pontang Ambulu Jember

Riwayat pendidikan

1. SD Negeri Pontang 02 : 2004-2010
2. SMP Negeri 1 Ambulu : 2010-2013
3. SMA Negeri Ambulu : 2013-2016
4. IAIN Jember : 2016-Sampai sekrang

Pengalaman Organisasi

1. Osis SMPN 1 Ambulu
2. Majelis Perwakilan Kelas (MPK) SMAN Ambulu
3. PMII Rayon Syariah IAIN Jember
4. HMPS Hukum Ekonomi Syariah IAIN Jember
5. Karang Taruna Desa Pontang Ambulu Jember