

## Perdagangan Produk Imitasi Perspektif UU No. 15 Tahun 2001 Dan Hadis Riwayat Ahmad

Sabili Casba Ar-Rusd, Tajul Arifin  
UIN Sunan Gunung Djati

Alamat: Jl. A.H. Nasution No.105, Cipadung Wetan, Kec. Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614  
Korespodensi email : [sabilicasba23@gmail.com](mailto:sabilicasba23@gmail.com)

**Abstract.** *The research is aimed at finding, understanding, and analyzing the juridic components that cause counterfeit goods to circulate to the public. In addition, the study also investigates how governments and brand owners can prevent counterfeits. This study uses a normative or normative jurisprudential approach; or in other words, this study is about favorable legal norms as the topic of legal research as well as the Hadith perspective of Ahmad's history. The existence of free trade produces an unlimited trade market, which produces a wider distribution of goods and services in society. Brands play an important role inining healthy competition as trade in products and services has grown. The owner's as the only proprietor of the goods is to prevent the violation of the trademark. For example, the common and increasing public violation is counterfeiting of goods, which affects the increased public demand for counterfeit goods. In addition, the economic and cultural factors of communities also contribute to the circulation of counterfeit goods in communities. The study's findings demonstrate that brand owners and the government have not fully protected their right to prevent the circulation of counterfeit goods. Until now, only the original brand owners have been active in preventing the spread of the counterfeit.*

**Keywords:** Brands owners, Economics, Trade market.

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mendapati, memahami, dan menganalisis komponen yuridis yang menyebabkan barang palsu beredar ke masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga menyelidiki bagaimana pemerintah dan pemilik merek dapat mencegah barang palsu. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan normatif atau yuridis normatif; dengan kata lain, studi hukum ini berfokus pada norma hukum positif serta perspektif Hadis riwayat Ahmad. Perdagangan bebas menghasilkan pasar perdagangan tanpa batas, yang menghasilkan distribusi barang dan jasa yang lebih luas dimasyarakat. Merek sangat berperan penting dalam menjaga persaingan yang sehat karena perdagangan barang dan jasa telah berkembang. Peran pemilik sebagai pihak yang mempunyai hak penuh terhadap barang tersebut merupakan upaya untuk mencegah pemalsuan merek. Sebagai contoh, pelanggaran masyarakat yang sering terjadi dan semakin meningkat adalah pemalsuan barang, yang berpengaruh pada peningkatan permintaan masyarakat terhadap barang palsu. Selain itu, faktor ekonomi dan budaya masyarakat juga berkontribusi pada peredaran barang palsu di masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik merek dan pemerintah belum melindungi hak mereka untuk mencegah peredaran barang palsu. Saat ini, hanya pemilik merek asli yang aktif mencegah penyebaran barang palsu.

**Kata Kunci:** Ekonomi, Pasar perdagangan, Pemilik brand.

### LATAR BELAKANG

Indonesia adalah negara berkembang yang masih terus melakukan peningkatan dalam pembangunan perekonomian negara. Meluasnya arus globalisasi dalam bidang ekonomi, budaya, sosial, dan bidang kehidupan lainnya merupakan peningkatan yang telah menjadi perhatian publik baru-baru ini. Perkembangan ini disebabkan oleh komponen perubahan masyarakat yang terus berkembang cepat sepanjang zaman. Perkembangan teknologi dan informasi telah menyebabkan pertumbuhan ekonomi yang pesat, yang bahkan telah membuat dunia menjadi pasar tunggal bersama.

Dalam ruang lingkup bisnis dan ekonomi, Transaksi tidak hanya berbasis pada simbiosis mutualisme saja, akan tetapi, merupakan praktek tolong-menolong terhadap

sesama. Penipuan tidak boleh ada dalam transaksi, tentu hal ini merugikan sebelah pihak saja, transaksi juga harus berbasis pada kaidah kerelaan serta keadilan.(Nawir, 2021) Selain itu Rasulullah Saw juga tidak memperbolehkan berbagai corak pertukaran berat sebelah pihak, hal ini juga dilarang secara tegas dalam Islam.(Aksamawanti, 2019)

Ajaran Islam menekankan pentingnya menegakkan nilai-nilai keadilan dalam sistem ekonomi umat Islam dan menjadi prinsip dasar untuk operasi ekonomi. Untuk mencapai kesejahteraan yang merata dalam masyarakat, setiap kegiatan ekonomi harus berjalan dengan baik dan tidak boleh menganiaya diri sendiri maupun orang lain.(Rudiansyah, 2020)

Perkembangan ekonomi di Indonesia berkembang pesat, yang dimana hal ini menyebabkan timbulnya jenis perdagangan baru, Mulai dari menjual produk autentik, hingga produk imitasi. Perdagangan produk imitasi banyak terjadi di Indonesia, dan hal ini telah berkembang menjadi fenomena yang menarik, karena penjualan produk imitasi ini menjadi salah satu pilihan distributor untuk mengoptimalkan keuntungan. Banyak pendistribusi yang memalsukan merek besar dan ternama. Bahkan ada yang menyatakan bahwa Indonesia merupakan surge bagi barang-barang imitasi.

Dalam konteks ini, urgensi dilakukan kajian yang mendalam atas alasan terus berkembangnya penjualan produk palsu, hukum positif dan hukum islam perspektif hadis mengenai pemalsuan produk, serta sanksi yang didapatkan jika menjual produk yang dipalsukan. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk meningkatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena pasar yang terjadi sekarang, ditinjau dari pandangan hukum positif serta hukum islam yakni hadis Rasulullah Saw.

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode studi pustaka (*library research*), yang mana hal ini memerlukan telaah teoritis dan beberapa pustaka acuan dari literatur-literatur ilmiah.(Sugiyono, 2020) Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan normatif yuridis. Adapun sistematis penelitian kepustakaan yang dilakukan meliputi: pengidentifikasian secara bertahap, analisis terhadap dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah kajian.

Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan pengaruh baru dalam interpretasi dan pengembangan teori tentang pasar kontemporer. Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi acuan penting bagi para pelaku bisnis, akademisi, dan peneliti untuk menghadapi tantangan hukum yang terus muncul serentak dengan perkembangan zaman.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian disesuaikan dengan data dan masalah yang diangkat. Jika suatu penelitian bersumber dari berbagai literatur seperti buku, artikel, atau karya ilmiah lainnya maka pada umumnya menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dengan metode kualitatif deskriptif, data dideskripsikan sehingga menghasilkan kesimpulan dan bahasan yang ilmiah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Faktor Penyebab Terjadinya Perdagangan Produk Imitasi**

Pelanggaran hak merek seseorang merupakan salah satu permasalahan yang sering terjadi di Indonesia. Peng-*copy* an atau pengambilan merek pihak lain secara ilegal adalah salah satu contoh pelanggarannya. peniruan merek ini sudah sangat lama terjadi di Indonesia, mulai semenjak peraturan merek didasarkan pada sistem deklaratif, saat diberlakukannya Undang-undang No. 21 Tahun 1961 tentang merek perusahaan dan merek perniagaan.(Dewi, 2019)

Adapun beberapa faktor dibawah ini yang mendorong terjadinya pemalsuan merek barang, antara lain:

1. merek yang dipalsukan atau ditiru tersebut merupakan merek-merek dari barang-barang yang laris di pasaran. Sehingga penjual dapat menoreh keuntungan yang cukup besar.
2. Penjual tidak rugi karena tidak perlu membuka merek barang yang baru yang belum jelas keuntungannya, para penjual berfikir bahwa menjual barang yang di *copy* jauh lebih mudah, karena tidak memerlukan biaya promosi dan produksi yang besar.
3. Selisih keuntungan yang didapat dari menjual barang aslinya tidak terlalu besar.
4. banyaknya orongan dari pelanggannya yang meminta untuk terus menjual barang yang dipalsukan, dengan alasan harga yang lebih terjangkau, kualitas tidak jauh berbeda, serta mengingat banyaknya masyarakat Indonesia yang kondisi ekonominya menengah kebawah, dan juga sebab gengsi.

Orang-orang di kelas bawah dan menengah telah menemukan bahwa barang palsu, atau yang sering disebut sebagai produk imitasi sangat diminati. Konsumen dapat mendapatkan barang yang hampir identik dengan produk aslinya dengan harga yang jauh lebih rendah. Barang-barang dengan merek mewah atau branded biasanya dipalsukan. Peredaran barang palsu ini sangat dipengaruhi oleh internet, terutama *e-commerce*. Bahkan untuk memenuhi

kebutuhan konsumen atas produk imitasi, penjual *e-commerce* bersaing untuk menjual barang mereka.

Maraknya penjualan barang palsu di Indonesia tidak hanya merugikan konsumen saja, tetapi juga merugikan bagi pemilik merek. Pemalsuan merek yang sudah terkenal dapat mengecoh konsumen dan pemilik merek menjadi merugi atas kejadian ini. Menurut Kementerian Perdagangan, barang palsu yang beredar di Indonesia berkisar sekitar 40%. Penyebabnya karena wilayah Indonesia yang cukup luas dan produk-produk imitasi sangat mudah masuk ke Indonesia.

Maraknya *e-commerce* di Indonesia tidak hanya menyebabkan dampak positif saja, akan tetapi, maraknya *e-commerce* terlebih lagi dengan maraknya pealsuan barang menimbulkan banyak kerugian dan dampak negatif. Adapun beberapa kerugian yang didapat sebab menjual barang palsu adalah:

1) Merugikan Konsumen

Keinginan konsumen untuk bergaya dengan barang merek terkenal menjadi pupus akibat kecurangan dari penjual. Konsumen sudah mengeluarkan uang untuk membeli produk bermerek yang asli, tetapi diberikan barang yang palsu.

2) Merugikan pemilik merek

Pemilik merek mempunyai perlindungan hukum tentang kepemilikan merek untuk produknya. Pemalsuan merek sebuah produk berkaitan dengan hak kekayaan intelektual.

3) Melanggar hak kekayaan intelektual

Pelanggaran hak kekayaan intelektual dapat mengakibatkan dampak pada tindakan kriminal, inovasi, tenaga kerja, perdagangan, dan investasi. Hak kekayaan intelektual memberikan perlindungan pada produk dengan pemberian merek, hak cipta, dan hak paten.

4) Merugikan *e-commerce*

Konsumen yang merasa tertipu ketika membeli barang di suatu *e-commerce* akan memberikan komentar negatif. Sehingga nama dari *e-commerce* tersebut tercemar.

### **Perlindungan Hukum Terhadap Perdagangan Produk Imitasi**

Dengan pertumbuhan ekonomi di segi perdagangan internasional serta perindustrian, muncul lah berbagai jenis produk dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan pokok. Perdagangan bebas dan arus globalisasi yang dipengaruhi oleh aspek kemajuan dan perkembangan teknologi akses komunikasi mungkin juga akan semakin memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan jasa.(Sidabalok, 2014, p. 04) Dalam Undang-Undang Nomor

15 Tahun 2001 tentang Merek, terdapat ketentuan tentang penggunaan merek dalam barang bermerek tanpa izin dari pemilik merek dapat digunakan sebagai dasar hukum untuk menjatuhkan tuntutan terhadap mereka yang menggunakan merek tanpa izin atau menjual produk imitasi. (Kurniawan et al., 2016) Tentang sanksi yang berasal dari pelaku usaha yang menjual produk imitasi, nampak dalam ketentuan pidana pasal 90 sampai pasal 94 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang berbunyi sebagai berikut:

1. Pasal 90 : “Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”
2. Pasal 91 : “Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).”
3. Pasal 92 :
  - 1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi-geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
  - 2) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi-geografis
  - 3) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang pada pokoknya dengan indikasi-geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).
  - 4) Terhadap pencatuman asal sebenarnya pada barang yang merupakan hasil pelanggaran ataupun pencantuman kata yang menunjukkan bahwa barang tersebut merupakan tiruan dari barang yang terdaftar dan dilindungi berdasarkan indikasi-geografis, diberlakukan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2).
4. Pasal 93 : “Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi-asal pada barang atau jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atau asal jasa tersebut, dipidana

dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).”

5. Pasal 94 :

- 1) Barangsiapa memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, dan Pasal 93 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
- 2) Tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran Undang-Undang diatas yang membicarakan tentang merek tidak menjatuhkan sanksi kepada pembeli yang membeli barang palsu. Undang-undang tersebut secara eksplisit menyatakan bahwa penggunaan merek yang telah terdaftar oleh pihak yang berkelakuan buruk tersebut merupakan pelanggaran, bukan kejahatan. Hal ini ditunjukkan pada pasal diatas.

Disamping itu, ada juga Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2001 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mewajibkan pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik untuk memberi keterangan yang lengkap dan akurat mengenai produsen, produk, dan syarat kontrak yang ditawarkan. Pada ayat berikutnya ditegaskan lagi bahwa pengusaha wajib memberi informasi yang jelas mengenai iklan atau penawaran kontrak. Pasal 49 ayat (3) menetapkan aturan khusus untuk kasus barang yang tidak sesuai dengan perjanjian.

Kita beralih ke masalah konsumen dari sanksi terhadap bisnis yang menjual barang bermerek palsu. Dengan mengingat bahwa masalah konsumen terkait dengan semua orang, pemerintah harus memperhatikan dan mempertimbangkan masalah konsumen secara menyeluruh. Perlindungan Konsumen ini bertujuan untuk menghukum setiap pelanggaran yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.(Riawan & Mahartayasa, 2015)

Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk menjual barang atau jasa yang tidak asli di internet, sehingga konsumen memiliki hak untuk menagih dan mendapatkan pertanggungjawaban dari sang pengusaha jika mereka merasa ditipu, lebih tegas dapat dilihat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang melarang pengusaha menjual produk yang tidak sama dengan janji yang dibuat dalam keterangan, iklan, dan promosi. Apabila penuai tidak melakukan sesuai dengan ketentuannya dalam pasal 7 huruf g Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, sanksi yang akan

didapatkan adalah dipidanakan sesuai ketentuan pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Disamping adanya hukum yang menata mengenai adanya sebuah benteng terhadap klien, perlindungan hukum dari pemerintah juga dibutuhkan, pemerintah melakukan perlindungan hukum yang berarti bahwa adanya peluang bagi masyarakat untuk mempersempit pemberatan hukum yang diharapkan dapat diterapkan oleh pemerintah. selain bersifat preventif, pemerintah juga menerapkan perlindungan hukum yang bersifat represif, yang dimana represif merupakan perlindungan terakhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau pelanggaran hukum sebagai bentuk penegakan hukum bagi yang ditetapkan bersalah.

Tugas hukum terhadap perlindungan klien, nampak jelas dari sudut Hukum Publik. menurut pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, aspek hukum privat ini berkaitan dengan hak dan kewajiban klien.(Kristiyanti, 2011) Sudut hukum publik ini merupakan bagian hukum yang bisa dipergunakan oleh negara serta lembaga yang memiliki tugas dan kewenangan untuk dapat dipergunakan oleh keuntungan kepentingan perseorangan.

### **Perlindungan Hak Terhadap Merek**

Dalam bentuk kesepakatan internasional, World Trade Organization (WTO) berfungsi sebagai dasar untuk setiap tindakan kebijakan bisnis dan pemerintah mengenai perlindungan HaKI, penanaman modal asing, serta kesepakatan perdagangan dunia.(Saidin, 2002) *World Trade Organization* sebagai bentuk lembaga ekonomi yang berfungsi bertanggungjawab atas ekonomi dunia dengan standar-standar kedaerahan maupun dunia. Begitupun ketentuan *Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual of Property Right*.(Angkasa, 2005)

Karena Indonesia telah berpartisipasi dalam rambu dan dasar tindakan kebijakan bisnis, maka mau tidak mau negara kita harus mengikuti ketentuan tersebut. Ini dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pada undang-undang sebelumnya. Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, merek merupakan ciri khas pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa dan terdiri dari gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut.(Saidin, 2002)

Berdasarkan ketentuan diatas, nampak bahwa keutamaan dari sebuah merek adalah untuk memberikan ciri antara barang dan jasa yang diproduksi oleh perusahaan lain. Maka dari itu, merek merupakan sebuah ciri khas karakteristik barang atau jasa yang sesuai dengan produsennya. Bagi produsen, merek merupakan sebuah jaminan nilai hasil produksinya, mengenai kualitas juga dari segi pemakainya. Bagi konsumen, merek dibutuhkan untuk melakukan pengopsian barang yang akan dibeli.(Dianggoro, 1997)

Merek tertentu juga dapat memengaruhi persepsi pelanggan. Karenanya setiap merek produk itu baik maupun buruk, pasti mempunyai merek tersendiri. Semakin luas merek tersebut, maka akan semakin dikenal luas oleh para konsumen, baik dari segi kualitas dan harganya maka akan memancing produsen lain untuk mengikuti, meng-*copy*, dan bahkan memalsukan produk tersebut.(Maulana, 1997)

Jika merek sudah terkenal dan sudah besar, maka produk tersebut akan mampu untuk mewujudkan pemberian jaminan kualitas atau reputasi suatu produk tertentu kepada konsumen, yang mana hal ini tentu tidak mudah untuk dilakukan serta memerlukan waktu yang cukup panjang untuk membangun perwujudan jaminan tersebut. Tetapi menurut pihak lain justru ketenaran tersebut tentu akan memancing produsen lain untuk meng-*copy* merek tersebut.

Sehubungan dengan hal diatas, Pasal 3 Undang-Undang Merek memberikan pernyataan bahwasannya kedaulatan atas merek itu eksklusif dipersembahkan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar. Pasal 7 juga menunjukkan bahwa brand yang terdaftar akan mendapatkan Tameng hukum untuk kurun waktu 10 tahun dan berlaku surut sejak tanggal pendaftaran merek yang bersangkutan.

Sebetulnya, tidak ada wewenang yang diberikan kepada seseorang untuk mendaftarkan merek mereka sendiri. Namun, merek yang bersangkutan harus terdaftar terlebih dahulu jika ingin mendapat perlindungan hukum. Apabila memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh Undang Undang Merek, permohonan pendaftaran merek akan diterima. Adanya daya pembeda adalah ciri utama merek. Pasal 5 tentang merek diatas mengatur lebih jauh mengenai hal yang tidak bisa disebut sebagai merek atau didaftarkan sebagai merek jika mengandung salah satu dari unsur-unsur berikut:(Saidin, 2002, p. 349)

- a) Berlawanan dengan hukum positif, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum yang berlaku.
- b) Tidak ada unsur pembeda dengan merek lain.
- c) Telah menjadi milik umum.
- d) Berhubungan dengan barang atau jasa yang diminta oleh pendaftar.

Persyaratan diatas harus digabungkan dengan Persyaratan Pasal berikutnya. Pasal 6, ayat (1) menyatakan bahwa Kantor Merek dapat menolak permintaan pendaftaran merek jika terkait secara substansial atau secara total dengan merek milik orang lain yang sudah terdaftar untuk barang atau jasa yang sebanding. Adanya kesan sama antara lain dari segi bentuk, penempatan, atau kombinasi antara unsur-unsur dan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek yang bersangkutan dianggap sama dengan merek terdaftar orang tersebut, menurut penjelasan



Pasal 6 ayat (1) UU Merek. Pasal 6 ayat (2) juga menambahkan lagi bahwa pendaftaran merek juga akan ditolak oleh Kantor Merek jika:

- 1) Merupakan atau menyerupai nama orang dan foto orang, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak.
- 2) Merupakan peniruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
- 3) Merupakan peniruan atau menyerupai tanda atau cap stempel resmi yang digunakan negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang. atau
- 4) Merupakan atau menyerupai ciptaan orang lain yang dilindungi hak cipta, kecuali atas persetujuan pemegang hak cipta tersebut.

Apabila permintaan pendaftaran merek memenuhi persyaratan, merek tersebut dapat diberikan sertifikasi dan kemudian didaftarkan dalam Daftar Umum Merek. Setelah merek tersebut diterima dan didaftarkan, pemilik merek terdaftar berhak untuk menikmati dan menggunakan keuntungan yang dihasilkan dari merek tersebut. Pemilik merek yang sudah terdaftar memiliki hak penuh untuk mengajukan pembatalan pendaftaran merek milik orang lain tanpa hak atas pelanggaran hak atas merek.

UU No. 15 Tahun 2001 Pasal 76 menetapkan bahwa:

- 1) Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa:
  - a. Gugatan ganti rugi atau
  - b. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek.
- 2) Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga.

UU No. 15 Tahun 2001 juga menetapkan bahwa ada dua macam bentuk atau isi tuntutan gugatan tersebut, yaitu:

- 1) Berupa permintaan ganti rugi.
- 2) Penghentian pemakaian merek.

Dengan ketetapan ini pengadilan niaga yang berperan selaku sebuah lembaga peradilan formal untuk gugatan keperdataan, maka pemegang merek memiliki kesempatan yang luas untuk mempertahankan hak-haknya. UU No. 15 Tahun 2001 menggolongkan permasalahan dalam membentengi hak merek ini selaku kejahatan dan pelanggaran. Tindak pidana harus diperhatikan juga, karena hukum pidana itu bersifat kumulatif bukan alternatif. Jadi, selain

dikenakan ancaman penjara, pelaku juga dikenakan ancaman hukuman berupa denda, supaya pelaku merasa jera dan juga takut untuk melakukan tindakan tersebut. (Saidin, 2002, p. 403)

### **Penjualan Barang Palsu Perspektif al-Quran dan Hadis**

Bisnis merupakan aktivitas yang ditunaikan oleh orang untuk menuai nafkah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya sehari-hari dengan cara mengelola sumber daya kehidupan dengan berhasil serta kompeten. Pembisnis melakukan operasi dalam tiga cara, yaitu *pertama*, memproduksi dan mendistribusikan barang atau jasa, *kedua*, mencari keuntungan, dan yang *ketiga*, berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun, seorang Muslim tidak boleh mengejar keuntungan setinggi-tingginya, yang mana hal ini akan menjadi riba. Berbisnis harus berjalan dengan adil, sehingga tidak terjadinya kerugian pada waktunya. Dalam al-Qur'an, surat an-Nisa' ayat 29, ini dengan jelas menyatakan bahwa:

*“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”*

Penjelasan ayat al-Qur'an surat an-Nisa' ayat 29 menegaskan bahwa: *pertama*, al-Qur'an memberikan aturan bisnis yang jelas berupa pandangan bisnis masa depan yang bermaksud untuk menuai profit yang benar-benar menguntungkan serta berdampak positif pada masa depan. *Kedua*, menurut al-Qur'an, bisnis memiliki keuntungan yang tidak hanya bersifat material tetapi juga immaterial lebih penting lagi, keuntungan immaterial dan material. Akibatnya, etika bisnis secara otomatis diterapkan dalam al-Qur'an yang ada kaitannya dengan bisnis.

Bisnis islami mempertimbangkan aturan halal dan haram saat memperoleh dan memanfaatkan harta. Selama periode sekularisme. Namun, bisnis yang tidak meenganut agama islami tidak mempertimbangkan hukum halal dan haram dalam perencanaan, pelaksanaan, dan setiap upaya untuk mencapai tujuan, karakter bisnis non-islam secara keseluruhan berfokus pada hal-hal bendawi. Jika ada aturan, itu hanya bersifat etik dan tidak ada kaitannya dengan moral. (Yusanto & Widjajakusuma, 2002, pp. 18–21)

Imitasi adalah meng-*copy*, dimana produk pionir terus menerus ditiru oleh imitator. Pembajakan pada tahap ini perusahaan betul-betul menjual barang dengan merek dan desain produk yang betul-betul sama sehingga sering disebut produk palsu. Hal tersebut justru bertentangan dengan sistem hak cipta yang melarang perusahaan menjual produk yang serupa dengan merek lain, sehingga imitasi ini tergolong ilegal. Hal ini juga justru bertentangan

dengan bisnis yang dianjurkan oleh Rasulullah Saw tentang bisnis, Rasulullah Saw bersabda yang artinya:

*“Tidak halal harta seseorang kecuali dengan ridha pemiliknya”* (HR Ahmad)

Segala sesuatu yang haram tentu dilarang oleh Allah Swt terhadap kaum muslim. Akibatnya, menjual barang yang haram adalah perbuatan yang haram juga, termasuk mengusahakan sesuatu dengan cara yang haram, meskipun objeknya merupakan barang yang halal. Rasulullah Saw juga bersabda yang artinya:

*“Mengapa engkau tidak meletakkannya di bagian atas, agar orang yang akan membeli dapat melihatnya? Barangsiapa yang berbuat curang kepada kami, maka ia bukan bagian dari golongan kami.”* (HR Muslim)

Dalam ajaran Islam, produk yang olah merupakan barang yang halal. Produk yang haram merupakan sebuah benda yang disebutkan dalam Al-Qur'an yang mana dilarang oleh Allah Swt untuk dikonsumsi, dan orang yang melanggarnya akan mendapatkan dosa. Sebaliknya, dzat (benda) yang halal adalah dzat (benda) yang disebutkan dalam Al Qur'an yang diizinkan oleh Allah Swt untuk dikonsumsi. Al-Qur'an mencegah umat muslim untuk mengonsumsi dzat yang haram dan mempersilahkan memakan produk bagi yang halal. Dalam surat al-Baqarah: 172, yang artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benarbenar kepada-Nya kamu menyembah”.*

Dengan tidak dilaksanakannya rekomendasi cara berbisnis yang dianjurkan oleh Rasulullah Saw serta cara berproduksi menurut perspektif Islam, maka dapat dikatakan hal yang mendorong pengusaha-pengusaha yang menjual produk imitasi ini hanya sebatas mencari pendapatan atau keuntungan, tidak mencari kemantapan dari usaha itu sendiri dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan di ridhoi oleh Allah Swt.

## **KESIMPULAN**

Perlindungan hukum atas konsumen terhadap penjualan produk imitasi ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, serta Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012. Pertanggungjawaban pengusaha serta larangan pengusaha untuk mendistribusikan produk imitasi terdapat dalam pasal 4 dan pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2001. Pelaku usaha yang dinyatakan bersalah dalam memperjualbelikan produk imitasi ini akan dikenakan pidana sesuai dengan pasal 90 sampai pasal 94 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.

Selain itu juga dalam agama islam diatur tentang perdagangan yang mana hal ini diatur dalam beberapa hadis Rasulullah Saw diatas. Menurut islam penjualan produk imitasi ini dianggap sebagai penipuan dan juga dianggap mengambil konsep perusahaan lainnya, yang mana hal ini merugikan pihak lain. Menjual produk imitasi ini juga dianggap sebagai permasalahan etik yang harus segera ditangani, karena hal ini bukan hanya merugikan konsumen, akan tetapi, hal ini juga merugikan pihak produsen yang dimana pelaku meng-copy model yang sudah dibuat oleh produsen yang asli. Oleh karena itu, penjualan barang imitasi ini harus segera ditindak lanjuti, kerena tidak sesuai dengan kaidah hukum, kaidah agama, serta kaidah etik yang berlaku.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aksamawanti. (2019). Gharar: Hakikat Dan Pengaruhnya Terhadap Akad. *Syariati: Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Hukum*, 5(1). <https://doi.org/10.32699/Syariati.V5i01.1184>
- Angkasa. (2005). *Bahan Mata Kuliah Hukum Dan Globalisasi*. Pascasarjana Universitas Jenderal Soedirman.
- Dewi, C. G. (2019). *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek. Cv Budi Utama*.
- Dianggoro, W. (1997). *Pembaharuan Undang Undang Merek Dan Dampaknya Bagi Dunia Bisnis*. Yayasan Perkembangan Hukum Bisnis.
- Kristiyanti, C. T. S. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika.
- Kurniawan, I. N. A., Sumerthayasa, P. G. A., & Priyanto, I. M. D. (2016). *Akibat Hukum Penjualan Barang Bermerek Palsu*. 04(04).
- Maulana, I. B. (1997). *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten Dan Hak Cipta*. Citra Aditya Bakti.
- Nawir, M. (2021). Kontekstualisasi Pemahaman Hadis Nabi Tentang Riba. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(2), 11–16. <https://doi.org/10.24239/Tadayun.V2i2.23>
- Riawan, B., & Mahartayasa, I. M. (2015). Perlindungan Konsumen Dalam Kegiatan Transaksi Jual Beli Online Di Indonesia. *Kertha Semaya*, 03(01), 3.
- Rudiansyah. (2020). Telaah Gharar, Riba, Dan Maisir Dalam Perspektif Transaksi Ekonomi Islam. *Al-Huquq: Journal Of Indonesian Islamic Economic Law*, 2(1).
- Saidin. (2002). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Sidabalok, J. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Citra Aditya Bakti.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

Yusanto, M. I., & Widjajakusuma, M. K. (2002). *Menggagas Bisnis Islami* (G. I. Press (Ed.)).