

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Setiap kegiatan bisnis pada umumnya memiliki kekayaan intelektual didalamnya salah satunya adalah kekayaan intelektual berupa merek. Merek sangat penting bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dikarenakan merek merupakan suatu tanda pengenal atau cap yang dapat berupa gambar, nama, huruf dan angka untuk membedakan suatu produk dari barang atau jasa tersebut. Merek pada dasarnya adalah tanda untuk mengidentifikasi dan membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan lain. Maka dari itu, selain sebagai pembeda terhadap barang atau jasa merek juga sebagai penjamin kualitas suatu barang berdasarkan merek itu sendiri.¹

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat apalagi dibidang fashion yang dizaman sekarang lagi marak-maraknya banyak orang terus berkembang memproduksi pakaian dibidang fashion maka dengan adanya suatu merek tersebut dapat dengan mudah dikenal. Merek yang kuat dan dikenal dapat membantu UMKM menarik perhatian konsumen serta membedakan produk mereka dari pesaing, seperti halnya produksi pakaian,

¹ Gusti ayu agung ananda gayatri dan made aditya pramana Putra, "Urgensi Pendaftaran Merek Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berdasarkan Undang-Undang Merek," *Kertha Desa* 11 (2023): 2042.

dimana banyak sekali produk antara tiap perusahaan memiliki kesamaan dari bahan, model, bahkan motifnya. Maka perlunya penggunaan merek dan pentingnya pendaftaran merek itu sendiri agar suatu merek yang terdaftar memiliki nilai ekonomi yang dapat meningkatkan nilai bisnis UMKM. Merek yang dikenal akan memiliki reputasi baik dan tentunya mudah dikenal oleh konsumen.

UMKM sebagai suatu industri berskala kecil masih menganggap bahwa perlindungan kekayaan intelektual bukanlah merupakan hal yang penting. Padahal menurut pandangan *World Intellectual Property Rights* (WIPO), UMKM memiliki banyak potensi untuk terus tumbuh kembang inovasi dan kreativitas atas suatu produk.² Contoh kasus yang terjadi di wilayah pamekasan tepatnya di Desa Ponteh Galis Pamekasan, terdapat pelaku usaha produksi fashion yang sudah memiliki merek bahkan mereknya sudah sangat terkenal sampai ke manca Negara yaitu df gallery, df gallery ini merupakan pelaku usaha produksi fashion seperti baju gamis perempuan dewasa, baju gamis anak, turban bayi dan banyak produk lainnya yang mempunyai akun online shop dengan pengikut 40,3 ribu.³ Tetapi merek tersebut yang merupakan suatu tanda pengenal tidak didaftarkan sehingga

² Siti latifah dan anthon Fathanudien, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Motif Batik Kuningan Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta," *kajian hukum islam* 5, no. 1 (2020): 51.

³ Faizatul Fitriyah, "df gallery", <https://shope.ee/AK5OBd6Mkg>, diakses tanggal 18 mei 2023.

banyak terjadi para oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab menyalahgunakan penggunaan merek tersebut.

Dengan kasus yang terjadi ada suatu pelaku usaha dengan bisnis yang sama, dan pihak tersebut mengambil dan menggunakan foto produk dari df gallery dengan motif dan bahan yang sama lalu dijualnya dengan harga yang lebih murah Seperti yang dilakukan salah satu akun @bajumurahbandung, hal ini menyebabkan kerugian yang didapat oleh df galery karena pada produk yang di jual pada akun resmi mengalami penurunan penjualan. Pelaku usaha tersebut sama halnya dengan melakukan pembajakan terhadap suatu merek df gallery ini.⁴

Pada dasarnya tindakan pembajakan hak pada suatu merek sudah melanggar ketentuan-ketentuan Hak Merek, dan diatur pada Undang-Undang No 20 Tahun 2016, sehingga pihak df gallery merasa dirugikan. Akan tetapi merek df gallery ini tidak mempunyai perlindungan hukum karena merek tersebut belum di daftarkan. Selain itu ada beberapa kasus yang sama dan terjadi di beberapa wilayah pamekasan. Maka dari itu pendaftaran merek sangat penting dilakukan agar merek tersebut mempunyai perlindungan hukum yang kuat, hal ini juga menjadi pembelajaran bagi pelaku usaha yang lain untuk mendaftarkan merek dagang suatu produk tersebut.

⁴ Hari sutra disemadi dan wiranto Mustamin, "Pembajakan Merek Dalam Tatanan Hukum Kekayaan Intelektual Di Indonesia," *komunikasi hukum (jkh)* 6, no. 1 (2020): 83–94.

Lemahnya kesadaran masyarakat mengenai kepatuhan hukum dan kesadaran hukum menjadi faktor utama di masyarakat yang tidak berkeinginan mendapatkan perlindungan hukum khususnya dibidang merek untuk produknya sendiri. Masyarakat berpikir produk merek tanpa perlindungan hukum dapat terjual laris di pasaran maupun dirumah. Dengan persyaratan yang harus dipenuhi oleh pemilik merek. Suatu merek akan memiliki perlindungan hukum jika didaftarkan pada instansi yang berwenang. Dalam Undang-Undang No 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis, pendaftaran merek dapat dilakukan secara elektronik maupun non elektronik dalam bahasa Indonesia.⁵ Dengan adanya peraturan-peraturan tersebut semua produsen penghasil produk berminat untuk tidak mendaftarkan mereknya terutama pelaku usaha UMKM tidak mendaftarkan merek pada produk yang dihasilkannya. Hal inilah yang menyebabkan merek tersebut tidak mendapat perlindungan hukum.

Dampak yang akan ditimbulkan jika suatu merek tersebut tidak didaftarkan yaitu tidak mendapatkan perlindungan hukum dan tidak memiliki hak eksklusif untuk menggunakan merek dalam suatu bisnis sehingga tidak dapat menggunakan perlindungan hukum untuk melawan penggunaan merek yang serupa atau seringkali dapat merugikan. Selain itu, dampak yang akan terjadi yaitu kesulitan penegakan hukum, jika merek

⁵ Almusawir zulkifli makkawaru, kamsilaniah, *Hak Kekayaan Intelektual Seri Hak Cipta, Paten Dan Merek*, ed. Indah (suka bumi: farha pustaka, 2021).

tidak didaftarkan, proses penegakan hukum terhadap pelanggaran merek menjadi lebih sulit.⁶ Oleh karena itu sangat penting pendaftaran merek dilakukan agar dapat memperoleh perlindungan hukum yang kuat.

Penggunaan merek tentunya dapat digunakan oleh orang lain dengan mengikuti pedoman dan tatacara yang ada, harus ada kerjasama antara pemilik merek dengan seseorang yang akan menggunakan merek tersebut, seperti menjalin kerjasama memberikan lisensi pengalihan hak merek dari kedua belah pihak. Kasus ini sering terjadi dan sering dilakukan oleh pelaku usaha lain yang menyalah gunakan penggunaan hak merek untuk kepentingan pribadi dan merugikan orang lain.

Dalam hal ini penggunaan merek selain sudah diatur dalam Undang-Undang juga diperjelas dalam Maqashid Syariah (*Hifz Al-Mal*). *Hifz Al-Mal* adalah sebuah konsep dalam Islam yang mengacu pada tanggung jawab menjaga harta atau kekayaan seseorang. Istilah ini berasal dari bahasa Arab, di mana "*hifz*" berarti menjaga atau melindungi, dan "*mal*" berarti harta atau kekayaan. Dalam Islam, menjaga harta seseorang adalah kewajiban yang serius. Penting bahwa *hifz al mal* adalah prinsip etika dan hukum dalam Islam yang mengatur hubungan individu dengan harta benda mereka dan dengan masyarakat secara umum. Ini adalah bagian dari upaya untuk

⁶ Anggi dwi Safitri, "Kesadaran Hukum Pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Terhadap Pentingnya Pendaftaran Merek (Studi Dabo Singkep Kabupaten Lingga)" (universitas maritim raja ali haji Tanjung Pinang, 2022), 60.

menciptakan masyarakat yang adil dan berkeadilan di dalam Islam. Terkait hal yang sudah dijelaskan di atas kita sebagai pelaku usaha harus mempunyai kesadaran perlunya dan pentingnya pendaftaran merek dagang yang kita bangun untuk menghindari penyalahgunaan merek yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Sebagaimana uraian di atas terkait dengan pentingnya pendaftaran merek, beberapa pengetahuan yang perlu untuk dikaji dan diteliti, sehingga dari permasalahan tersebut peneliti memiliki keinginan untuk menganalisis dan mengangkat judul **“Urgensi Pendaftaran Merek oleh Pelaku Usaha UMKM Perspektif UU Hak Merek No 20 Tahun 2016 dan Maqashid Syariah (Studi Pada Produsen Pakaian Wilayah Di Pamekasan)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan konteks penelitian di atas, maka fokus penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana urgensi pendaftaran merek menurut pelaku usaha produsen pakaian ?
2. Bagaimana urgensi pendaftaran merek oleh pelaku usaha UMKM perspektif Undang-Undang Hak Merek No 20 tahun 2016 ?
3. Bagaimana urgensi pendaftaran merek oleh pelaku usaha UMKM perspektif Maqashid Syariah ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Bagaimana urgensi pendaftaran merek menurut pelaku usaha produsen pakaian.
2. Untuk mengetahui urgensi pendafrtan merek oleh pelaku usaha UMKM perspektif Undang-Undang Hak Merek No 20 tahun 2016.
3. Untuk mengetahui urgensi pendaftaran merek oleh pelaku usaha UMKM perspektif Maqashid Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan oleh peneliti bermanfaat yang sangat luas dalam kehidupan bermasyarakat, baik secara teori maupun praktik. Secara universal penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam wawasan pengetahuan.

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan ilmu pengetahuan mengenai urgensi pendaftaran merek perspektif hak merek dan maqashid syariah (*hifz al-mal*) terhadap masyarakat terlebih pelaku usaha UMKM. Dan sebagai literatur penelitian lanjutan terhadap mahasiswa serta memberikan pengalaman baru terhadap peneliti.

2. Secara praktis

Penelitian ini manfaat bagi pelaku usaha UMKM sebagai sarana evaluasi dan bimbingan untuk pelaku usaha agar mendaftarkan mereknya supaya memiliki hak merek yang kuat dan memiliki perlindungan hukum. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia tanpa melihat tingkat jabatan. Bagi penulis diharapkan dapat menambah wawasan sehingga mampu menerapkan di masa mendatang ataupun kehidupan sehari-hari mengenai pendaftaran merek tersebut.

E. Definisi Istilah

Judul skripsi ini adalah “Urgensi Pendaftaran Merek oleh Pelaku Usaha UMKM Perspektif Undang-Undang Hak Merek No 20 Tahun 2016 dan Maqashid Syariah”. Untuk menjelaskan tentang Variabel-Variabel judul secara terperinci dalam hal mengurangi kesalah pahaman peneliti menjelaskan, diantaranya :

1. Urgensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), urgensi berarti kebutuhan yang mendesak. Dari perspektif ini, urgensi adalah situasi di mana kita harus mempertimbangkan hal-hal yang harus segera diperbaiki dan ditindak lanjuti. Urgensi biasanya mengacu pada masalah, situasi, atau tindakan yang sangat penting yang membutuhkan perhatian segera dan tidak dapat ditunda.

2. Pendaftaran

Pendaftaran mengacu pada proses mendaftarkan diri ke dalam suatu sistem, organisasi, atau program tertentu. Ini bisa berlaku untuk berbagai konteks, termasuk pendaftaran individu ke lembaga pendidikan, pendaftaran perusahaan, atau pendaftaran kegiatan sosial. Proses pendaftaran biasanya merupakan langkah penting untuk memastikan legalitas, keabsahan, atau keterlibatan dalam berbagai sistem. Proses ini juga dapat melibatkan pengumpulan informasi yang diperlukan, pembayaran biaya pendaftaran, dan pemenuhan persyaratan tertentu yang ditetapkan oleh lembaga atau organisasi yang bersangkutan.

3. Merek

Merek adalah suatu 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 atau jasa.⁷ Merek termasuk dalam hak kekayaan intelektual, sebab ini menjadi hal yang membedakan produk atau jasa yang unik dan berbeda dengan produk lain yang mungkin sejenis dan di dalam suatu merek mencakup ekspresi, desain, dan simbol yang dapat dikenali.⁸

⁷ Ridwan Khairandy, "Hak Dan Fungsi Merk" 2 (2014): 1997.

⁸ Tjiptono, "Pengertian Merek," last modified 2022, <https://pkk.uma.ac.id/2022/07/29/pengertian-merek-sejarah-fungsi-dan-jenis-jenisnya/>.diakses tanggal 10 oktober 2023.

4. Pelaku usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁹ Pelaku usaha adalah istilah yang sering digunakan untuk mencakup berbagai jenis bisnis, termasuk perusahaan, usaha kecil dan menengah, koperasi, serta individu atau entitas yang terlibat dalam kegiatan ekonomi, seperti produksi, distribusi, dan penjualan barang atau jasa.

5. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Adalah bisnis yang dimiliki oleh individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro. Beberapa negara menggunakan kriteria yang berbeda untuk mendefinisikan UMKM, tetapi umumnya merujuk pada usaha skala kecil dan menengah (UMKM), yang memiliki omset yang lebih kecil, karyawan yang lebih sedikit, dan aset yang lebih kecil daripada perusahaan besar.¹⁰ UMKM banyak jenisnya, dalam penelitian ini UMKM yang dimaksud pada bidang fashion pakaian dimana fashion

⁹ *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen*, n.d.pasal 1 ayat 3.

¹⁰ Nur jamal Shaid, "Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, Dan Ciri-Ciri UMKM," last modified 2023, <https://money.kompas.com/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm-kriteria-ciri-dan-contohnya?page=all>, diakses tanggal 24 oktober 2023.

itu sendiri dapat diartikan sebagai gaya hidup seseorang yang ditunjukkan dengan bagaimana mereka memakai baju, sepatu, tas, aksesoris, hingga tatanan model rambut dan make up yang digunakannya. Fashion merujuk pada gaya tertentu yang dipilih dan dipakai oleh individu atau kelompok dalam suatu periode waktu tertentu. Fashion juga mencakup tren, desain, dan gaya yang populer pada suatu waktu dan di suatu tempat.

6. Produsen

Produsen adalah pelaku usaha yang membuat sebuah barang dan jasa. Produsen bertanggung jawab untuk mendapatkan bahan baku yang diperlukan untuk proses produksi. Produksi adalah sebuah proses yang dilakukan untuk menciptakan atau menambah nilai guna dari barang atau jasa.¹¹ Pembuatan barang atau jasa dapat menambah nilai tambahan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Proses ini mencakup penggunaan sumber daya seperti bahan baku, tenaga kerja, mesin, teknologi, dan pengetahuan untuk mengubah bahan mentah menjadi produk yang dapat dikonsumsi atau digunakan.

7. Undang-Undang

Undang-undang adalah salah satu jenis Peraturan Perundang-undangan yang dibentuk oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dengan persetujuan bersama presiden dan bersifat mengikat. Tujuan utama

¹¹ Rosyda nur fauziyah, "Pengertian Produksi: Fungsi, Tujuan, Jenis, Tahapan Dan Faktornya," <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-produksi/>, diakses tanggal 25 oktober 2023.

undang-undang adalah untuk mengontrol perilaku, hak, dan kewajiban warga negara atau yurisdiksi tertentu.