

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Jual beli merupakan salah satu sarana bagi seseorang untuk mendapatkan barang yang diinginkan melalui jalan tukar menukar. Jual beli adalah suatu bentuk usaha transaksi barang yang diperbolehkan oleh Allah SWT. Jual beli menurut fikih adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak sesuai perjanjian dan hukum syara.<sup>1</sup> Dalam kegiatan jual beli, pedagang dan konsumen masing-masing memiliki kepentingan dan kebutuhan. Kepentingan pedagang adalah memperoleh laba dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan dari segi mutu dan harga barang yang diberikan oleh pedagang. Sangat banyak peluang dalam menjadikan konsumen sebagai sarana eksploitasi pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi memiliki posisi lebih kuat. Islam terdapat pula yang namanya khiyar yang berarti hak memilih, dan hak ini diperbolehkan dalam Islam karena suatu keperluan mendesak dalam mempertimbangkan kemaslahatan masing-masing pihak yang sedang melakukan transaksi.

Hukum Islam adalah sebuah hukum yang bersumber dari Al Qur'an dan hadits yang diyakini sebagai hukum yang mencakup seluruh aspek kehidupan manusia dan bersifat universal. Hukum Islam memiliki sifat elastis dengan beberapa penggerak atau dasar-dasar pokok yang terus berlaku mengikuti perkembangan zaman.<sup>2</sup> Pengertian dari muamalah yaitu hubungan manusia dengan manusia lain yang objek nya adalah harta yang terkait dengan kehidupan ekonomi, yaitu kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan

---

<sup>1</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Ed. 1, Cet. 5; PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 68-69.

<sup>2</sup> M. Hasbih As-Siddiqi, *Syariat Islam Menjawab Tantangan Zaman*, Bulan Bintang, Jakarta, 1986. hlm. 31.

hidupnya yang bersifat materi. Makna inilah yang kemudian dipahami dari fiqh muamalah.<sup>3</sup>

Jual beli sudah ada sejak dulu, meskipun bentuknya berbeda. Jual beli juga dibenarkan dan berlaku sejak zaman Rasulullah Muhammad SAW sampai sekarang. Jual beli mengalami perkembangan seiring pemikiran dan pemenuhan kebutuhan manusia. Jual beli yang ada di masyarakat di antaranya adalah: a) jual beli barter (tukar menukar barang dengan barang); b) *money charger* (pertukaran mata uang); c) jual beli kontan (langsung dibayar tunai); d) jual beli dengan cara mengangsur (kredit); e) jual beli dengan cara lelang (ditawarkan kepada masyarakat umum untuk mendapat harga tertinggi). Berbagai macam bentuk jual beli tersebut harus dilakukan sesuai hukum jual beli dalam agama Islam. Hukum asal jual beli adalah mubah (boleh). Allah SWT telah menghalalkan praktik jual beli sesuai ketentuan dan syari'at-Nya.

Jual beli dikatakan sah, apabila memenuhi syarat-syarat yang ditentukan. Di antaranya a) pihak yang mengadakan akad (berakal dan tamyiz<sup>4</sup>); b) syarat yang berkaitan dengan barang diperjualbelikan (suci barangnya dan dapat dimanfaatkan); c) syarat sah akad (ijab dan Qabul). Persyaratan itu untuk menghindari timbulnya perselisihan antara penjual dan pembeli akibat adanya kecurangan dalam jual beli. Bentuk kecurangan dalam jual beli misalnya dengan mengurangi timbangan, mencampur barang yang berkualitas baik dengan barang yang berkualitas lebih rendah kemudian dijual dengan harga barang yang berkualitas baik. Rasulullah Muhammad SAW melarang jual beli yang mengandung unsur tipuan. Oleh karena itu seorang pedagang dituntut untuk berlaku jujur dalam menjual dagangannya. Hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa kedudukan konsumen sangat lemah karena tingkat kesadaran dan tingkat pendidikan konsumen masih relatif rendah, hal ini

---

<sup>3</sup> Neneng Nurhasanah, *Mudharabah Dalam Teori Dan Praktik*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2015. hlm. 9.

<sup>4</sup> Tamyiz adalah isim nakiroh yang disebutkan dalam suatu kalimat untuk memberi penjelasan sesuatu yang masih samar. Sesuatu yang masih samar yang dijelaskan oleh tamyiz dikenal dengan istilah mumayyaz.

diperburuk dengan anggapan sebagian pengusaha yang rela melakukan apapun demi produk mereka, tanpa memperhitungkan kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen, juga pemahaman mereka tentang asas-asas bisnis yang tidak benar, mereka beranggapan dalam berbisnis harus memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya ada juga yang beranggapan bahwa bisnis itu tidak mempunyai nurani dan memerlukan banyak biaya maka akan merugikan apabila dibebani oleh biaya-biaya sosial, dan sebagainya.

Perhatian terhadap perlindungan konsumen sangat diperlukan mengingat setiap orang memiliki hak-hak sendiri, maka dalam keadaan apapun konsumen tidak boleh dirugikan harus ada rasa kepercayaan, kenyamanan dan keadilan terhadap masing-masing pihak. Oleh karena itu diadakan pemberdayaan konsumen. Di Indonesia telah memiliki undang-undang untuk melindungi warga negaranya termasuk undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Yaitu dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini disahkan oleh BJ Habibie presiden ketiga pada masa itu.<sup>5</sup>

Dalam Undang-Undang tersebut, Menyebutkan bahwa hak konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/jasa, Undang-Undang ini menunjukkan bahwa setiap konsumen, termasuk konsumen muslim yang merupakan mayoritas konsumen di Indonesia, berhak untuk mendapatkan barang dan jasa yang nyaman dikonsumsi, dan tidak melanggar syari'at dalam transaksinya, salah satu pengertian nyaman bagi konsumen muslim bahwa barang tersebut tidak bertentangan dengan kaidah agama, akad atau transaksi jual belinya harus transparan dan jelas tanpa ada pemaksaan atau penipuan, dalam Undang-Undang ini juga disebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi, jaminan barang dan transaksinya.

---

<sup>5</sup> Yusuf Sofi, *Pelaku Usaha Konsumen Dan Tindak Pidana Korporasi*, Galia Indonesia, Jakarta, 2001. hlm. 13.

Apabila diperhatikan bunyi Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “hak konsumen adalah mengenai point (a). hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ jasa; dan juga dalam Pasal 9 yang berbunyi “pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan/ jasa secara tidak benar, dan/ jasa seolah-olah mengenai: point (f). barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi. Pada intinya undang-undang di atas, merupakan bentuk larangan yang tertuju pada “perilaku” pelaku usaha yang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang atau jasa secara tidak benar dan atau seolah-olah barang tersebut telah memenuhi standar mutu tertentu, memiliki potongan harga; dalam keadaan baik dan atau baru; telah mendapatkan dan atau memiliki sponsor; tidak mengandung cacat tersembunyi; merupakan kelengkapan dari barang tertentu; atau seolah- olah berasal dari daerah tertentu.”<sup>6</sup>

Kasus yang terjadi pada salah satu merk trend sepatu saat ini seperti sepatu “adidas”. Mungkin pembaca sudah tidak asing lagi dengan merk sepatu ini. Penjualan sepatu adidas telah menyebar luas hingga ke pelosok dan penjuru kota maupun desa. Baik yang berkualitas asli, kw 1,2, 3 dan seterusnya tergantung pabrik mengeluarkan barang tersebut dengan kualitas seperti apa. Pendistribusiannya pun begitu mudah di sebarluaskan oleh produsennya. Baik menggunakan media sosial seperti facebook, instgram, dan media lainnya untuk mengenalkan produknya. Sehingga sulit membedakan mana yang asli atau yang barang tiruan, karena barang tiruan dapat berkualitas bagus dan terlihat mahal dari harga yang ditawarkan walaupun itu bukanlah asli produk sepatu itu sendiri.

Produk asli sepatu adidas seolah-olah mempunyai daya saing walaupun mereka mempunyai pembeda di antara peniru merk sepatu tersebut yang kualitasnya jelas lebih bagus dengan yang KW. Hal ini tentu dapat membawa pengaruh apakah ini mutualisme,

---

<sup>6</sup> Ahmadi Niru Dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali, Jakarta: 1999, hlm. 81.

apakah sebaliknya yaitu komensalisme? Dengan kata lain apakah ini dapat saling menguntungkan antara kedua produsen asli dan palsu, ataukah dapat merugikan ?

Kita tengok saja sejenak seperti yang terjadi pada di kota metropolitan, seperti kota Jakarta. Dikutip dari redaksi News Republika bahwa Jajaran Polres Metro Jakarta Selatan menahan dua penjual sepatu merek Adidas palsu. Dari tangan tersangka, J (32 tahun) dan S (33), disita 2.000 pasang sepatu adidas kualitas KW. Sebanyak itu produksi sepatu Adidas KW yang dipasarkan.

Dikutip juga dari situs Tempo.co, Ribuan sepatu bermerek Adidas palsu asal Cina disita polisi, Rabu, 21 September 2016. Sepatu-sepatu ini berasal dari dua truk kontainer yang dihentikan polisi di kawasan Penjaringan, Jakarta Utara.

Kasus sama yang terjadi di Pulau Jawa, ratusan sepatu merek adidas dan Converse tiruan yang diamankan dari BCS Mall dan Panbil Mall, Batam, Kepri beberapa waktu lalu ternyata didatangkan dari Jawa Barat.

Dari redaksi diatas terlihat jelas bahwa produksi sepatu Adidas KW telah merambat luas ke berbagai penjuru, bahkan tidak jarang terlihat di kota-kota besar lainnya sampai kota-kota kecil. Dilihat dari pengenalan produk terkenal tersebut memang dampak positifnya hanya di pengenalan nama produk di pasaran, dan konsumen dapat memiliki sepatu itu walau dengan harga murah sekalipun meskipun kualitasnya berbeda dengan yang aslinya. Karena kebanyakan bagi konsumen walaupun KW mereka dapat mengikuti trendi saat ini.

Namun, bagi produsen asli merk Adidas yaitu penciptanya bernama Adolf dassler berasal dari Jerman dan memproduksi sangat pesat disana hingga memulai produksi di Asia bahkan di Indonesia. Nah, masalahnya saat ini banyak sepatu adidas berharga 200-400, 400-600 ribu rupiah berkeliaran di pasaran baik di toko-toko maupun iklan jual beli online. Padahal harga asli sepatu ternama tersebut jutaan rupiah. Produksi Adidas palsu bisa hanya

menghabiskan dana 50 -100 ribu saja, namun penjualannya bisa dari 300-400 ribu. Banyak oknum-oknum yang tak bertanggung jawab menggunakan merk ternama untuk memproduksi barang produk tiruannya.

Banyaknya beredar Adidas palsu atau KW di Indonesia tentunya berpengaruh dengan penjualan produk yang asli. Bahkan tidak menorah sedikitpun tentang bagaimana penegasan HAKI dalam hak merk. Mereka seolah-olah Undang-undang hanya bagian formal dan dibiarkan begitu saja. Tetapi aturan tetaplah aturan, hukum tetaplah hukum yang harus ditegakkan. Untuk apa membuat sebuah aturan tetapi tidak dilaksanakan, untuk apa membuat aturan HAKI yang pada fungsinya bertujuan untuk melindungi hak kekayaan intelektual manusia atau ide cemerlang manusia agar tidak bisa ditiru semena mena oleh orang lain yang pada ujungnya masih banyak kasus peniruan hak merk.

Untuk itu hal kecil namun besar pengaruhnya harus lebih ditegaskan kembali baik pemerintah dan kesadaran masyarakat. Tak perlu meniru merk perusahaan lain, karena jika kita punya inovasi dan ketrampilan dalam membuat sepatu kenapa tidak menggunakan merk sendiri dan mendaftarkan di Dirjen HAKI atas hak merk. Itu lebih mempunyai nilai jual yang berbeda. Jika tidak mau berurusan dengan undang undang merk Pasal 94 ayat 1 UU No 15 tahun 2001 dengan hukuman 1 tahun penjara dan denda Rp 200 juta<sup>7</sup>.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi, jaminan barang dan transaksinya. Kondisi dan fenomena tersebut mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen

---

<sup>7</sup> Kompasiana, Mutualisme atau Komensalisme, Asli atau Palsu? Hak Merk Diabaikan, : [http://www.kompasiana.com/rianaku/mutualisme-atau-komensalisme-asli-atau-palsu-hak-merk-diabaikan\\_5853d0a00523bda036e68163](http://www.kompasiana.com/rianaku/mutualisme-atau-komensalisme-asli-atau-palsu-hak-merk-diabaikan_5853d0a00523bda036e68163), di akses pada tanggal 3 juni 2017.

menjadi tidak seimbang dimana konsumen berada dalam kedudukan yang lemah sedangkan penjual hanya memikirkan bagaimana untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa memikirkan kerugian yang didapatkan oleh para konsumen. Dengan adanya fenomena tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian sehingga tercipta suatu transaksi jual beli yang sesuai dengan syariat Islam dan Undang-Undang yang telah ditetapkan. Dengan latar belakang inilah penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PRAKTIK JUAL BELI SEPATU IMITASI MEREK ADIDAS MEREK ADIDAS MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DIHUBUNGKAN DENGAN FIKIH MUAMALAH”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari penjabaran permasalahan yang diuraikan pada latar belakang di atas maka perumusan masalah disusun ke dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana praktik jual beli sepatu imitasi menurut Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen ?
2. Bagaimana konsep praktik jual beli sepatu imitasi menurut Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dihubungkan dengan tinjauan fikih muamalah ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui praktik jual beli sepatu imitasi menurut Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

2. Untuk mengetahui tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terkait jual beli sepatu imitasi dihubungkan dengan fikih muamalah.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian adalah hasil kegunaan yang diperoleh dan dirasakan oleh peneliti ataupun pembaca dalam bentuk suatu disiplin ilmu yang baru. Suatu penelitian dianggap pantas dan berkualitas jika penelitian tersebut memiliki dua aspek manfaat, yaitu:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan pemikiran dan khazanah keilmuan baru bagi penulis sekaligus menjadi bahan masukan untuk menjawab persoalan yang timbul berkaitan dengan sistem jual beli yang sampai saat ini semakin canggih.

- b. Manfaat Praktis

Memberikan informasi mengenai sistem jual beli menurut fikih muamalah dan jenis-jenis jual beli menurut Undang-undang tentang perlindungan konsumen. Baik kepada masyarakat umum dan pihak-pihak yang terkait. Bagi peneliti merupakan suatu gambaran dalam kegiatan jual beli, agar penerapan fatwa di masyarakat sesuai dengan hukum Islam.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjabaran diatas adapun kerangka pemikirannya yaitu : Jual beli menurut Fikih Muamalah, jual beli menurut KUHPerdara, Jual beli Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen, Undang-Undang Merek,

### 1.5.1 Jual Beli Menurut Fikih Muamalah

Jual beli dalam istilah fikih disebut dengan "*al-ba'i*", yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lainnya. Lafal "*al-ba'i*" dalam bahasa Arab digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata "*asy-syira*" (beli). Dengan demikian kata "*al-ba'i*" berarti jual, tetapi juga sekaligus beli.<sup>8</sup>

Jual beli menurut pengertian lughawi adalah saling menukar (pertukaran). Dan kata *al-ba'i* (jual) dan *asy-syira'* (beli) dipergunakan biasanya dalam arti yang sama. Secara terminologi terdapat berbagai definisi jual beli yang dikemukakan oleh ulama fikih, sekalipun substansinya dan tujuan masing- masing definisi adalah sama. Seperti ulama' hanafiyah mendefinisikannya dengan "saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat". Sedangkan definisi lain yang dikemukakan oleh ulama' Malikiyah, Syafi'iyah dan Hanabilah mengartikan jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan.<sup>9</sup>

Adapun dasar Hukum Jual Beli dalam Islam jual beli "*al-ba'i*" merupakan akad yang diperbolehkan. Hal ini berdasarkan atas dalil-dalil yang terdapat dalam Al-Qur'an, Al-Hadits ataupun Ijma' ulama. Di antara dalil (landasan syari'ah) yang memperoleh

<sup>8</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Mu'amalah*, Gaya Media Pratama, Jakarta., 2007. hlm. 111.

<sup>9</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah Juz 12*, Alih Bahasa Kamaludin A. Marzuki, tk: Perc. Offset, T.Th. hlm. 47.

praktek akad jual beli adalah sebagai berikut:

1) Al-Qur'an

Dalam firman Allah SWT. (Surat Al-Baqarah: 275):

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba,.....”

Ayat ini menunjukkan tentang kehalalan jual-beli dan keharaman riba. Ayat ini menolak argumen kaum mushrikin yang menentang disyari'atkannya jual beli yang telah di syari'atkan Allah SWT. dalam Al- Qur'an dan menganggap identik dan sama dengan sistem ribawi.<sup>10</sup>

2) Hadis

حَدَّثَنَا سُلَيْمَانُ بْنُ حَرْبٍ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ صَالِحِ أَبِي الْخَلِيلِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْحَارِثِ رَفَعَهُ إِلَى حَكِيمِ بْنِ حِرَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ الْبَيْعَانُ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا (رواه البخاري)

Telah menceritakan kepada kami Sulaiman bin Harb telah menceritakan kepada kami Syu'bah dari Qatadah dari Shalih Abu AL Khalil dari 'Abdullah bin Al Harits yang dinisbatkannya kepada Hakim bin Hizam radiallahu 'anhu berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: *"Dua orang yang melakukan jual beli boleh melakukan khiyar (pilihan untuk melangsungkan atau membatalkan jual beli) selama keduanya belum berpisah", Atau sabda Beliau: "hingga keduanya berpisah. Jika keduanya jujur dan menampakkan dagangannya maka keduanya diberkahi dalam jual belinya dan bila menyembunyikan dan berdusta maka akan dimusnahkan keberkahan jual belinya".*<sup>11</sup>

### 1.5.2 Jual Beli Menurut KUHPerdara

Perjanjian jual beli merupakan suatu perjanjian yang bersifat konsensual. Maksudnya adalah perjanjian lahir ketika kedua belah pihak mencapai kata sepakat mengenai barang dan harga, meskipun barang belum diserahkan dan harga belum dibayarkan (pasal 1458 KUHPerdara). Antara para pihak yang telah bersepakat memiliki

<sup>10</sup> Dim Yaudi Djumaini, *Fiqh Mu'amalah*, Pustaka Pelajar, Jakarta., 2008, hlm. 71.

<sup>11</sup> Al-Bukhari, *Shahih Bukhari Kitab Buyu* Hadits No.1937, Darul Fiqri, Beirut, t.th, Hlm 135.

hak dan kewajiban masing-masing, yang mana pihak pembeli berkewajiban untuk menyerahkan barang dan berhak untuk memperoleh harga pembayaran. Sedangkan pembeli berkewajiban untuk membayar harga dan berhak untuk menerima barang yang diperjanjikan.

Definisi jual beli menurut KUHPerdara pasal 1458 adalah :

Pada pasal 1458 KUHPerdara, pada prinsipnya penjual memiliki kewajiban:

1. Memelihara dan merawat kebendaan yang akan diserahkan kepada pembeli hingga saat penyerahannya.
2. Menyerahkan kebendaan yang dijual pada saat yang telah ditentukan atau jika tidak telah ditentukan saatnya atas permintaan pembeli.
3. Menanggung kebendaan yang dijual tersebut.

Menurut pasal 1460 : “ Jika kebendaan yang dijual itu berupa barang yang sudah ditentukan, maka barang ini sejak saat pembelian adalah atas tanggungan pembeli, meskipun penyerahannya belum dilakukan, dan penjual berhak menuntut harganya.”

Menurut pasal 1461 : “ Jika barang – barang tidak dijual menurut tumpukan, tetapi menurut berat, jumlah dan ukuran, maka barang – barang itu tetap atas tanggungan penjual hingga barang- barang ditimbang, dihitung atau diukur” Dan ditentukan pula dalam pasal 1462 : “ jika sebaliknya barang-barang dijual menurut tumpukan, maka barang – barang itu adalah atas tanggungan pembeli, meskipun belum ditimbang, dihitung atau diukur.”<sup>12</sup>

### **1.5.3 Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Undang-undang tentang perlindungan konsumen ini dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah

---

<sup>12</sup> Somyaputra's Blog Konsultasi Dan Bantuan Hukum Anda, berjudul perjanjian jual beli, <https://lawyersinbali.wordpress.com/2012/03/31/perjanjian-jual-beli/> di akses pada tanggal 3 juni 2017.

kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar Negara Pancasila dan Konstitusi Negara Undang-Undang Dasar 1945.

Disamping itu, undang-undang tentang perlindungan konsumen pada dasarnya bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, sebab sampai pada terbentuknya undang-undang tentang perlindungan konsumen ini telah ada beberapa Undang-Undang yang materinya melindungi kepentingan konsumen, seperti:

1. UU No. 10 Tahun 1961
2. UU No. 2 Tahun 1966
3. UU No. 5 Tahun 1974

Demikian juga UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang disahkan oleh Mantan Presiden RI yang ke-3 yakni BJ. Habibie dengan tujuan agar masyarakat Indonesia untuk lebih menyadari akan segala hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang dimiliki konsumen dan pelaku usaha seperti salah satu pasal dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu pasal 4 tentang hak dan kewajiban konsumen adalah:<sup>13</sup>

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/ jasa serta mendapatkan barang dan/ jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

---

<sup>13</sup> Burhanuddin S, Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal, Uin Maliki, 2001, hlm 8

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan/ jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 9 ayat (1) yang berbunyi: “pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:

- a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standart mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
- c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja, atau asesoris tertentu;
- d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau aviliasi;
- e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- f. Barang tersebut tidak mengandung cacat, tersembunyi;
- g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
- i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
- j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko, atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
- k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.<sup>14</sup>

Ayat (2) barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan

Ayat (3) pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk perlindungan kepada konsumen, sedangkan yang dimaksud sebagai konsumen adalah

---

<sup>14</sup> Ibid, hlm 9

setiap pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, masyarakat maupun makhluk hidup lain yang tidak untuk diperdagangkan. Seorang konsumen sebelum membeli tentu akan mencari informasi tentang berbagai aspek dari suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi konsumen untuk menentukan pilihannya. Oleh karena itu, informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan oleh setiap konsumen. Pada masa sekarang media yang digunakan oleh pelaku usaha tidak hanya berupa promosi lisan atau tulisan-tulisan saja, namun sudah meyebar pada seluruh media komunikasi dan telekomunikasi yang tersedia, seperti surat kabar, televisi, fax, telepon, dan internet.<sup>15</sup>

#### 1.5.4 Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek

Mengenai perdagangan produk atau barang palsu atau yang juga dikenal dengan barang "IMITASI", dalam Pasal 90 – Pasal 94 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek (“UU Merek”) diatur mengenai tindak pidana terkait merek:

##### 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).

##### 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).

##### 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

---

<sup>15</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: tp, 2005. hlm. 197.

- 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 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).
  - (3) Terhadap pencantuman 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).

#### 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).

#### 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 Dan secara tegas pula, dalam Pasal 95, UU Merek menggolongkan seluruh tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut sebagai delik aduan, bukan delik biasa. Dalam keilmuan hukum, hal ini berarti bahwa pasal-pasal pidana dalam UU Merek diberlakukan setelah adanya laporan dari seseorang yang dirugikan atas perbuatan orang lain sehingga terkait delik aduan pun penyidikan kepolisian dapat dihentikan hanya dengan adanya penarikan laporan polisi tersebut oleh si pelapor sepanjang belum diperiksa di pengadilan.

Tindak pidana sebagaimana disebutkan di atas, hanya dapat ditindak jika ada aduan dari pihak yang dirugikan. Hal ini dapat dilihat dari perumusan Pasal 95 UU Merek:

“Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, Pasal 93, dan Pasal 94 merupakan delik aduan.”

Ini berarti bahwa penjualan produk atau barang palsu hanya bisa ditindak oleh pihak yang berwenang jika ada aduan dari pihak-pihak yang merasa dirugikan oleh hal tersebut, dalam hal ini si pemilik merek itu sendiri atau

pemegang lisensi (Pasal 76 dan Pasal 77 UU Merek).

Mengenai tugas Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual terkait penindakan terhadap para penjual barang palsu, berdasarkan Pasal 89 ayat (1) UU Merek, selain Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (“PPNS HKI”) diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana, untuk melakukan penyidikan tindak pidana di bidang Merek.

PPNS HKI berwenang (Pasal 89 ayat [2] UU Merek):

- a. Melakukan pemeriksaan atas kebenaran aduan berkenaan dengan tindak pidana di bidang Merek;
- b. Melakukan pemeriksaan terhadap orang atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana di bidang Merek berdasarkan aduan tersebut pada huruf a;
- c. Meminta keterangan dan barang bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan tindak pidana di bidang Merek;
- d. Melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan dan dokumen lainnya yang berkenaan dengan tindak pidana di bidang Merek;
- e. Melakukan pemeriksaan di tempat tertentu yang diduga terdapat barang bukti, pembukuan, catatan, dan dokumen lain serta melakukan penyitaan terhadap bahan dan barang hasil pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang Merek; dan
- f. Meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang Merek<sup>16</sup>

## 1.6 Metode dan Teknik Penelitian

### 1.6.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah sifat deskriptif analitis. Metode deskriptif penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan

---

<sup>16</sup> Hukum online, “*Penegakan Hukum Perdagangan Barang-barang 'IMITASI'*”, <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt522464e40449c/penegakan-hukum-perdagangan-barang-barang-kw>, di akses pada tanggal 3 juni 2017

dengan variabel lain.<sup>17</sup>

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif. Menurut Soerjono Sukanto, metode penelitian hukum normatif atau metode penelitian hukum kepustakaan adalah metode atau cara yang dipergunakan di dalam penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang ada.<sup>18</sup> Dalam hal ini mengenai klausula baku pada perjanjian jual beli menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dihubungkan dengan Hukum Ekonomi Syariah.

### 1.6.2 Jenis Data

Penelitian hukum normatif dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang merupakan data sekunder dan disebut juga dengan penelitian hukum kepustakaan.<sup>19</sup> Penelitian utama yang penyusun lakukan ini termasuk studi pustaka (*library research*), yaitu penelitian yang ditekankan pada penelusuran dan penelaahan pada literatur yang terkait dengan klausula baku pada perjanjian jual beli dihubungkan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Ekonomi Syariah.

Penelitian hukum normatif merupakan penelitian kepustakaan yaitu penelitian terhadap data sekunder. Data sekunder di bidang hukum dibedakan menjadi<sup>20</sup>:

- a. Bahan hukum primer yang terdiri dari norma dasar pancasila, peraturan dasar, batang tubuh UUD 1945, Ketetapan MPR, peraturan perundang-undangan, bahan hukum yang tidak dikodifikasikan misalnya hukum adat, yurisprudensi, traktat.
- b. Bahan hukum sekunder yang terdiri atas rancangan peraturan perundang-undangan, hasil karya para sarjana, hasil-hasil penelitian.
- c. Bahan hukum tersier yang terdiri atas bibliografi dan indeks kumulatif.

---

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2010, Hlm. 16.

<sup>18</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Cetakan ke-11, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009, Hlm. 13–14.

<sup>19</sup> Rony Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, Hlm. 9.

<sup>20</sup> *Ibid*, Hlm. 11-12.

Selain itu pula sumber data didapatkan dari sumber hukum ekonomi syariah yaitu Al quran, As, sunnah An Nabawiyah, Ijtihad yang terdiri atas kitab-kitab fiqih umum, kitab-kitab fiqih khusus, Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.<sup>21</sup>

### **1.6.3 Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan studi literatur yaitu dengan cara mengumpulkan data, buku-buku, Al-Qur'an dan Hadis, peraturan perundang-undangan serta dokumen-dokumen yang ada hubungannya dengan pokok bahasan skripsi ini kemudian diteliti dengan analisis yuridis normatif.

### **1.6.4 Teknik Analisa Data**

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam tema dan dapat dirumuskan seperti yang disarankan oleh data. Analisis data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif yaitu menguraikan data secara bermutu dalam bentuk kalimat yang teratur, logis, dan efektif sehingga memudahkan interpretasi data dan pemahaman hasil guna menjawab permasalahan yang ada dan dapat menarik kesimpulan.<sup>22</sup>

### **1.6.4 Sistematika Penulisan**

Untuk mendapatkan gambaran yang bersifat menyeluruh serta ada keterkaitan antar bab yang satu dengan yang lain dan untuk mempermudah dalam proses penulisan skripsi ini maka perlu adanya sistematika penulisan. Adapun sistematika pada penulisan skripsi ini melalui beberapa tahap bahasan, yaitu:

Bab I merupakan bab pendahuluan dimana dalam bab ini dikemukakan dan dijelaskan garis-garis besar materi yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini. Diawali

---

<sup>21</sup> Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2011, Hlm. 8-1.

<sup>22</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, Hlm. 127.

dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Perjanjian Jual Beli Menurut Fikih Muamalah dan KUHPerdara, yang meliputi Pengertian Jual Beli, Dasar Hukum Jual Beli, Rukun dan Syarat Jual Beli Menurut Fikih Muamalah.

Bab III Praktik Jual Beli Sepatu Imitasi Merek Adidas Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pengertian Imitasi, Dasar hukum, Implementasi penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Contoh Kasus, Klasifikasi Sepatu Imitasi.

Bab IV Analisis Praktik Jual Beli Sepatu Imitasi Merek Adidas Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dihubungkan Dengan Fikih Muamalah. Pada bab ini menguraikan analisa dan pembahasan dari bab II dan III.

Bab V Pada Bab ini Berisikan Tentang Kesimpulan dan Saran.