

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hak atas kekayaan intelektual, khususnya hak merek memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia. Dengan adanya hak merek dapat memberikan perlindungan hukum terhadap identitas usaha, sehingga UKM dapat membangun reputasi yang kuat, mencegah penyalahgunaan oleh pihak lain, dan menciptakan peluang untuk memperluas pasar secara lebih efektif. Sebagai elemen penting, merek memiliki peran krusial karena di dalamnya tercermin identitas produsen serta citra kualitas produk yang ditawarkan. Unsur-unsur ini turut memengaruhi preferensi konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk.¹

UKM lokal yang bergerak dalam pengolahan produk khas daerah, seperti petis asin Madura, menjadi contoh nyata akan pentingnya perlindungan hak merek untuk memastikan keberlanjutan, kualitas, dan daya saing produk lokal di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, baik di level nasional maupun internasional. Petis asin Madura, dengan cita rasa khas yang unik, selain mengandung nilai ekonomi yang signifikan, namun juga berfungsi sebagai elemen penting dari identitas budaya masyarakat lokal. Petis asin merupakan salah satu bumbu yang diproduksi dari ikan tuna, sering

¹ Gede Swetasoma Cokorda, Mahatma Yogiswara Winatha I Gede, and Ary Purnama Dewi Kadek, 'Penyuluhan Hukum Tentang Hak Merek Bagi Umkm Di Desa Peguyangan Kangin, Denpasar', *Community Development Journal*, 4.2 (2023). 260.

dimanfaatkan dan menjadi elemen pembeda dalam berbagai sajian khas Jawa Timur, seperti rujak cingur, tahu telur, tahu gunting, serta krengsengan dan masih banyak lagi hidangan khas Jawa Timur yang menggunakan petis asin.² Produk ini tidak hanya mencerminkan kekayaan tradisi kuliner daerah, tetapi juga menjadi representasi dari upaya pelestarian warisan budaya. Oleh karena itu, perlindungan hukum melalui hak merek penting untuk menjaga nilai tradisional dan ekonomi petis asin Madura agar tetap bertahan dan berkembang di era globalisasi.

Dalam persaingan pasar yang ketat, produk tradisional seperti petis asin menghadapi tantangan, terutama karena kurangnya perlindungan hukum terhadap merek lokal. Merek memiliki peran penting untuk membedakan barang atau jasa bagi pelaku usaha dan konsumen. Bagi produsen, merek berfungsi sebagai penjamin kualitas dan nilai produk yang diproduksi, termasuk kemudahan penggunaan. Sementara itu, merek dipromosikan oleh pedagang untuk meningkatkan jangkauan pasar dan memicu minat konsumen.³

Tindakan pemalsuan merek dagang pada produk sejenis yang memiliki kualitas lebih rendah sering dilakukan demi meraih keuntungan secara instan dan terjamin. Praktik ini menimbulkan kerugian, khususnya pada pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) yang memproduksi barang orisinal. Salah satu persoalan yang kerap muncul adalah rendahnya kesadaran dan respon pelaku

² Nenden Khoirunisa, Skripsi 'Standardisasi Krengsengan Dari Provinsi Jawa Timur' (Jakarta:UNJ, 2021). 1.

³ Septi Indrawati and Wahyu Teguh Prasetyo, '*Perlindungan Hukum Produk Usaha Kecil Melalui Pendaftaran Merek (Studi Produk Usaha Kecil Di Kecamatan Purworejo)*', *Amnesti: Jurnal Hukum*, 5.1(2023), 153.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terhadap pentingnya perlindungan merek. Banyak di antara mereka menganggap bahwa upaya melindungi merek tidak memberikan pengaruh besar terhadap kemajuan usaha yang dijalankan. Hal yang paling menjadi kendala adalah tingginya biaya yang diperlukan serta rumitnya prosedur dalam proses pendaftaran merek.⁴

Sebagai hasil dari kreativitas intelektual, merek memiliki peran krusial dalam memperlancar serta meningkatkan aktivitas perdagangan barang maupun jasa. Peran ini muncul karena merek mampu menjadi penanda pembeda antara suatu produk dengan produk lain yang serupa. Keberadaan merek atau *brand* yang disertai label produk memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi barang yang ditawarkan, sehingga mereka tidak mudah beralih ke produk sejenis dari produsen lain, dan sebaliknya. Dengan demikian, konsumen akan lebih mudah mengidentifikasi produk yang ditawarkan dan cenderung tidak tertarik untuk beralih ke produk sejenis lainnya, karena mereka telah memiliki kepercayaan terhadap merek tersebut serta memahami mutu dari produk yang dimaksud.⁵

Dalam Islam, setiap aspek kehidupan diatur berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang bertujuan untuk menciptakan kemaslahatan bagi umat manusia. Salah satu prinsip penting yang menjadi landasan dalam berbagai aktivitas, termasuk kegiatan ekonomi, adalah *maqāṣid shari'ah*. *Maqāshid shari'ah* merupakan teori hukum Islam yang berawal dari tahap pembentukan

⁴ Tifania Ayunda Prameswari, 'Hak Merek Sebagai Upaya Perlindungan Terhadap Industri UMKM', *Amnesti: Jurnal Hukum*, 3.2 (2021), 98-99.

⁵ Sulistiono and Mumuh Mulyana, 'Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor', *JADKES Jurnal Abdimas Dedikasi*, 1.2 (2020), 128.

hukum Islam, kemudian dirangkum dan dikembangkan oleh para ulama pada masa tabi'in. *Maqāshid sharī'ah* sendiri merupakan tujuan yang dicapai secara *shari'ah* untuk kemaslahatan umat manusia. *Maqāshid sharī'ah* memiliki lima konsep dasar yaitu menjaga agama, menjaga akal, menjaga jiwa, menjaga keturunan dan menjaga harta. Salah satu usaha umat muslim dalam mencari dan menjaga harta ialah dengan berdagang.⁶

Di dalam perspektif *maqāsid sharī'ah*, perlindungan hak merek tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, yaitu menjaga harta (*Hifz al-Māl*), tetapi juga melibatkan upaya untuk menegakkan keadilan (*Hifz al-'Adl*) dan memastikan tercapainya kemaslahatan bagi umat.⁷ Dalam pandangan ekonomi Islam, kegiatan jual beli harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang menekankan pentingnya keadilan dalam setiap transaksi, sehingga semua pihak yang terlibat, baik pelaku usaha kecil dan menengah maupun konsumen, tidak mengalami kerugian. Prinsip ini meliputi kejujuran dalam menawarkan produk, kejelasan mengenai kualitas dan kuantitas barang, serta transparansi dalam menetapkan harga untuk menciptakan keseimbangan antara hak dan kewajiban kedua pihak. Dengan menerapkan prinsip keadilan ini, para pelaku UKM dapat menjalankan usahanya secara berkelanjutan tanpa mengurangi hak konsumen, sementara konsumen merasa terlindungi karena mendapatkan produk atau jasa yang sesuai dengan nilai yang dibayarkan

⁶ Muhammad Fakhri Amir and Musrini Muis, 'Strategi Pengembangan UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Tonra Dalam Perspektif Maqāshid Syari ' Ah', Human: South Asean Journal of Social Studies, 4.1 (2024), 45.

⁷ Rahmat Hidayat Nasution, *Filsafat Hukum & Maqashid Syariah*, Ed. 1; Cet (Jakarta : Kencana, 2020, 2012).

Namun, muncul pertanyaan mendasar. Apakah hak merek memiliki peranan penting dalam meningkatkan nilai jual produk lokal seperti petis asin Madura? Untuk menjawab pertanyaan ini, penelitian dilakukan dengan fokus pada merek Petis MDR yang dimiliki oleh PT. Sakera Madura Jaya. Petis MDR merupakan salah satu merek dari produk petis asin Madura yang mereknya telah terdaftar, yang menjadi salah satu merek petis asin Madura yang telah terdaftar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran hak merek dalam meningkatkan nilai jual perspektif *maqāṣid sharī'ah*, sekaligus memberikan rekomendasi bagi pelaku UKM dalam mengembangkan usaha mereka.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas maka penulis termotivasi untuk menulis sebuah skripsi yang berjudul **“Analisis Implementasi Hak Merek Pada Usaha Petis Asin Madura Dalam Meningkatkan Nilai Jual Perspektif *Maqāṣid Sharī'ah* (Studi Kasus Merek Petis MDR dari PT. Sakera Madura Jaya)”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Seberapa pengaruh hak merek atas produk petis asin Madura dari PT. Sakera Madura Jaya dengan merek Petis MDR.
2. Pelaku usaha beranggapan pendaftaran merek tidak berdampak signifikan pada penjualan.

3. Proses pendaftaran merek yang rumit menjadi kendala bagi pelaku UKM.
4. Pemalsuan merek menciptakan persaingan tidak sehat dan merugikan produsen asli.
5. Pelaku usaha belum memanfaatkan merek sebagai alat *branding* untuk daya saing.
6. Produk tanpa merek dianggap kurang terpercaya oleh konsumen.
7. Produk tanpa merek sulit bersaing di pasar modern atau ekspor.
8. Tanpa merek terdaftar, produk rentan disalahgunakan tanpa perlindungan hukum.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang sudah disebutkan di atas, maka kajian dalam penelitian ini akan mengkaji tentang :

1. Implementasi hak merek pada usaha petis asin Madura dari PT.Sakera Madura Jaya dengan merek Petis MDR dalam mengoptimalkan peningkatan nilai jual produk.
2. *Perspektif maqāṣid shari'ah* menjelaskan peran hak merek dalam meningkatkan nilai jual produk.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di tulis di atas, maka penulis menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi hak merek pada usaha petis asin Madura dari PT. Sakera Madura Jaya dengan merek Petis MDR dalam mengoptimalkan peningkatan nilai jual produk?

2. Bagaimana *perspektif maqāsid sharī'ah* menjelaskan peran hak merek dalam meningkatkan nilai jual produk?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Dalam penyusunan proposal penelitian ini tentunya memiliki tujuan untuk memecahkan masalah-masalah. Adapun tujuannya sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui penerapan hak merek pada usaha petis asin Madura dari PT.Sakera Madura Jaya dengan merek Petis MDR dalam mengoptimalkan peningkatan nilai jual produk.
- b. Untuk mengetahui *perspektif maqāsid sharī'ah* menjelaskan peran hak merek dalam meningkatkan nilai jual produk.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang hukum bisnis syariah, dengan menganalisis penerapan hak merek pada usaha petis asin Madura serta hubungannya dengan prinsip *maqāsid sharī'ah*.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi pelaku usaha dalam memahami pentingnya penerapan hak merek sesuai prinsip syariah dalam meningkatkan daya saing dan nilai jual produk. Sementara itu, bagi konsumen, penelitian ini memberikan wawasan dengan meningkatkan kesadaran mereka terhadap pentingnya hak merek sebagai jaminan

kualitas, kehalalan, dan keaslian produk. Dengan informasi ini, konsumen dapat lebih percaya dan merasa aman dalam memilih produk yang terdaftar secara legal, sekaligus mendukung produk lokal berkualitas di pasaran.

F. Kajian Pustaka

Sebagai perbandingan untuk penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, maka penulis melakukan telaah terhadap sejumlah studi sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik dan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

1. Skripsi Maulidia Fhariani, “Peran E-commerce Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan Petis Madura Pada Muavi Shop”, Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran E-commerce yang diterapkan oleh Muavi Shop dalam meningkatkan penjualan petis Madura.⁸ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada konsep kajian. Penelitian ini mengkaji peran e-commerce dalam meningkatkan penjualan petis Madura, sementara penelitian penulis fokus pada hak merek, perlindungan hukum, branding, dan dampaknya terhadap nilai jual petis asin Madura dengan landasan *maqāṣid sharī‘ah*.
2. Jurnal penelitian yang di tulis oleh Zainil Ghulam dengan judul “Implementasi *Maqāṣid sharī‘ah* Dalam Koperasi Syariah” yang dimana

⁸ M Fhariani, ‘Peran E-Commerce Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan Petis Madura Pada Muavi Shop’ (IAIN Madura, 2023). 13.

penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana konsep penerapan *maqāṣid sharī'ah* dalam koperasi syariah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Temuan dalam studi ini menunjukkan bahwa pengelolaan Koperasi Syariah idealnya dilakukan oleh individu yang memiliki pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah. Hal ini penting agar mereka dapat memberikan penjelasan yang tepat kepada anggota koperasi mengenai keunggulan bertransaksi secara syariah, di mana sistem pengelolaannya terbebas dari unsur riba, gharar, maysir, dan praktik sejenis lainnya. Selain itu, pengelolaan koperasi juga harus selalu merujuk pada fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN). Tidak hanya sampai di situ, perhatian terhadap pengembangan kajian *maqāṣid sharī'ah* dalam konteks koperasi syariah perlu terus ditingkatkan, termasuk dalam penerapan teori dan praktik ekonomi syariah secara lebih luas. Sebab, kajian mendalam terkait topik ini masih tergolong kurang dibahas secara komprehensif dalam literatur yang ada.⁹ Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah berbeda dari segi objek, penelitian ini objek nya koperasi syariah sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis objeknya hak merek pada petis Asin Madura.

3. Skripsi yang ditulis oleh Imam Fahrizal “Perspektif Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Peraturan-Peraturan Terkait Hak Merek”. Skripsi Program Studi

⁹ Zainil Ghulam, ‘Implementasi *Maqāṣid sharī'ah* Dalam Koperasi Syariah’, *Iqtishoduna*, 7.1 (2016), 110-111.

Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persamaan, perbedaan, serta potensi pertentangan antara regulasi yang mengatur hak kekayaan intelektual dengan prinsip-prinsip *maqāṣid sharī‘ah*. Dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengenai perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), disebutkan bahwa HKI yang diakui dalam hukum Islam adalah yang tidak bertentangan dengan syariat. Namun demikian, dalam Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 1933 mengenai Klasifikasi Barang dan Jasa untuk Pendaftaran Merek, pada kelas 29, 32, dan 33 tercantum bahwa produk seperti lemak dan daging babi, bir, serta berbagai jenis minuman beralkohol termasuk dalam kategori merek yang dilindungi oleh negara. Ketentuan ini jelas bertolak belakang dengan prinsip-prinsip hukum Islam, mengingat barang-barang tersebut termasuk kategori yang diharamkan dalam *shariah*.¹⁰ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus pembahasan. Skripsi Imam Fahrizal membahas perbedaan dan persamaan peraturan hak merek dengan prinsip *maqāṣid sharī‘ah*. sementara skripsi penulis fokus pada peran hak merek dalam meningkatkan nilai jual petis asin Madura dari *perspektif maqāṣid sharī‘ah*.

¹⁰ I Fahrizal, ‘Perspektif Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Peraturan-Peraturan Terkait Hak Merek’, *Repository.Uinjkt.Ac.Id* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), 5.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dari skripsi ini dibagi menjadi lima. Dimana dalam setiap bab skripsi ini saling terkait satu sama lain, dengan pembahasan yang berlanjut secara logis dari bab pertama ke bab berikutnya. Setiap bab juga dipecah menjadi beberapa subbab yang fokus pada topik tertentu, memberikan penjelasan mendalam mengenai isu yang dibahas. Untuk memudahkan pembaca dalam pembahasan skripsi ini, penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I (PENDAHULUAN): Bab ini membahas mengenai uraian latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, manfaat yang diharapkan, tinjauan literatur terkait, serta struktur sistematika penulisan penelitian.

BAB II (LANDASAN TEORI): Bab ini membahas mengenai teori dan referensi yang menjadi dasar dalam penelitian ini, termasuk teori tentang implementasi hak merek pada petis asin madura dalam meningkat nilai jual.

BAB III (METODE PENELITIAN): Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, yang mencakup jenis penelitian, lokasi penelitian, sifat penelitian, pendekatan penulisan, sumber data, Teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV (HASIL PENELITIAN): Bab ini memaparkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti secara keseluruhan. Dalam bab ini, disajikan hasil penelitian mengenai implementasi hak merek pada petis asin Madura untuk meningkatkan nilai produk.

BAB V (PENUTUP): Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh, yang juga berfungsi sebagai jawaban yang sah atas permasalahan yang telah dijelaskan dan dianalisis sebelumnya. Di bab terakhir ini, penulis juga memberikan saran yang berguna berdasarkan temuan penelitian.