

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Tentang Faktor-Faktor Yang Menjadi Alasan Terjadinya Jual Beli Produk Bajakan Di Pasar Bitingan Kudus Sampai Sekarang

Pasar Bitingan Kudus berdiri pada tahun 1998 oleh tanah PT.KAI dan Pemkab. Dengan luas tanah 17.410 m<sup>2</sup>, dan luas bangunan 15.428 m<sup>2</sup>. Pasar Bitingan ini terbangun atas 3 lantai dengan los 1.218 dan kios 336. Jumlah pedagang los 1.317, pedagang kios 95, dan pedagang dasaran 240. Pasar ini juga dilengkapi dengan area parkir, TPS, MCK, dan tempat ibadah.<sup>1</sup>

Pasar Bitingan Kudus yang terbakar akhir tahun 2008 lalu telah dibangun kembali dengan anggaran APBD Rp.7,7 milyar. Perbaikannya dilakukan secara bertahap, alasannya jika dibongkar total butuh dana Rp.17 milyar. Pengelola juga mendata ulang jumlah pedagang, yang sebelum terbakar berkisar 3000 orang.<sup>2</sup>

Pasar Bitingan Kudus bersebelahan dengan Plaza terletak di jalan M.Basuno Kudus, terkenal sebagai pusat grosir buah, sayuran, dan hasil bumi di wilayah eks karisidenan Pati dan satu-satunya pasar di kabupaten Kudus yang aktivitasnya siang dan malam.

Praktek jual beli produk bajakan di pasar Bitingan Kudus merupakan suatu kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual beberapa produk tiruan atau bajakan dengan para pembeli yang sangat hobi dengan produk-produk bajakan tersebut.

Dalam kehidupan sehari-hari terdapat bermacam-macam jual beli salah satunya adalah jual beli produk bajakan yang dilakukan di pasar Bitingan Kudus, yang sudah dilakukan bertahun-tahun sampai

---

<sup>1</sup> Dikutip Dari Data Dinas Perdagangan Dan Pengelolaan Pasar Bitingan Kabupaten Kudus Pada Tanggal 27 Desember 2016.

<sup>2</sup> Wawancara Dengan Bapak Noor Hidayat, Salah Satu Petugas Pasar Bitingan Kudus Pada Tanggal 15 Maret 2017..

sekarang. Praktek jual beli secara umum di maksudkan untuk mencari keuntungan oleh pedagang, sedangkan pembeli mendapatkan kepuasan tersendiri.

Banyak sekali macam-macam barang tiruan atau barang bajakan yang beredar di Indonesia dalam lima tahun terakhir sudah tidak bisa dikategorikan dalam skala ringan. Hal itu tercermin dari hasil studi LPEM Universitas Indonesia bahwa dampak pemalsuan terhadap 12 produk sektor industri diantaranya, obat-obatan, minuman non alkohol, rokok, elektronik hingga fashion palsu atau bajakan diperkirakan mencapai Rp.37 triliun.<sup>3</sup>

Produk fashion bermerek yang dipalsukan atau dibajak adalah yang termasuk kategori barang-barang mewah dengan kisaran harga mencapai puluhan juta rupiah. Namun saat ini barang-barang yang dipalsukan semakin merambah kelevel di bawahnya. Sebagai gambaran, jika dahulu produk fashion bajakan yang banyak terlihat adalah merek-merek nomor satu dunia seperti Louis Vuitton, Hermes, Burberry, Cartier, Gucci, Rolex atau Armani, maka saat ini dapat sering dijumpai tiruan produk dari , misalnya Guess, DKNY, Zara, Coach, Fossil, dan lain-lain.

Seiring dengan era pasar perdagangan bebas, berbagai macam produk fashion bajakan seperti pakaian, tas, sepatu, dompet, jam tangan, kacamata, aksesoris, dan lain-lain dari merek-merek ternama dunia semakin banyak beredar dan semakin mudahnya ditemui di pasaran. Semakin seringnya merek-merek bajakan tersebut terekspos, yang diiringi dengan berbagai kemudahan dalam memperolehnya, tentunya akan sangat mempengaruhi kebiasaan dan pola perilaku konsumen saat ini.

Alasan mengapa produk palsu atau bajakan beredar dimasyarakat yaitu karena produk asli sangat mahal dan sulit didapatkan.

---

<sup>3</sup> [http://iyoey.blogspot.com/Diakses pada tanggal 10 Januari 2017.](http://iyoey.blogspot.com/Diakses_pada_tanggal_10_Januari_2017)

Masyarakat Indonesia biasanya cenderung lebih melihat harga dibanding kualitasnya. Banyak sebagian orang membeli suatu barang karena harganya murah dan mudah didapatkan. Karena produk asli itu biasanya harganya mahal dan sangat sulit kita dapatkan. Sebagian orang tidak mampu untuk membeli barang yang berkualitas dengan harga yang mahal, dari situlah ide pembuatan produk palsu atau bajakan ini muncul. Disamping harga yang terjangkau dan masyarakatpun tidak mengetahui pembuatan produk bajakan tersebut.

Bahaya akan produk palsu atau bajakan tersebut akan menimbulkan dampak yang sangat buruk bagi para konsumen, mereka membuat barang bajakan tanpa melihat kandungannya yang terdapat pada produk itu. Alhasil banyak sekali konsumen yang terjebak dengan harga produk yang murah tapi kualitas sangat rendah.

Masyarakat kabupaten Kudus dan sekitarnya yang sebagian besar beragama Islam sangat beragam dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya, salah satu yang dilakukan adalah lewat jual beli. Jual beli disini sangat beragam dari menjual belikan makanan pokok seperti beras, lauk pauk, pakaian, tas, sandal, sepatu, dan sebagainya.

Pemalsuan dan pembajakan merek suatu produk bisa membawa dampak ekonomi yang sangat fatal baik Negara, konsumen maupun perusahaan yang produknya dipalsukan. Dengan maraknya pemalsuan dan pembajakan suatu produk disini, Negara secara tidak langsung juga telah kehilangan potensi pajak yang sangat besar. Ini merupakan bentuk penghancuran perekonomian Indonesia secara sistematis.

Bagi konsumen, pemalsuan dan pembajakan merek suatu produk jelas merupakan suatu tindakan yang merugikan. Barang palsu yang mereka konsumsi tentunya memiliki kualitas yang lebih rendah dari barang aslinya. Barang palsu juga tidak memberikan jaminan produk. Kualitas produk dipastikan rendah karena dalam pembuatan barang palsu tersebut pemalsu tidak menerapkan suatu standar kualitas tertentu sebagaimana yang diterapkan oleh produsen barang asli.



Akibatnya kepuasan, kenyamanan, dan keamanan dari barang palsu tersebut dipertanyakan.

Kerugian yang dialami perusahaan yang memproduksi barang asli juga tidak kalah besar. Beredarnya barang-barang palsu berpotensi besar untuk mematikan pasar. Pasar akan rusak dengan beredarnya barang-barang palsu yang mutunya jelas tidak dapat dipertanggung jawabkan. Dalam jangka pendek memang dampaknya tidak begitu kelihatan, namun dalam jangka panjang jelas-jelas akan mempengaruhi *image* konsumen terhadap suatu jenis barang. Kalau *image* sudah turun dan kepercayaan konsumen hilang maka akibatnya produksi akan terganggu pada tahap awal. Kemudian dampak berikutnya sudah jelas akan mempengaruhi kondisi perusahaan yang sangat mungkin mengarah kepada kebangkrutan. Kalau produsen bangkrut atau pindah kenegara lain karena hilangnya kepercayaan konsumen, tentunya banyak tenaga kerja akan terkena PHK, akibatnya jumlah pengangguran menjadi meningkat dan beban Negara semakin berat.

Jika dicermati dengan baik sebenarnya maraknya pemalsuan di Indonesia dipicu oleh tiga faktor. Pertama, faktor ekonomi. Pelanggaran hak atas kekayaan intelektual melalui pembajakan, peniru hak cipta tanpa izin, dan pemalsuan merek yang semakin marak di Indonesia ternyata motif utamanya justru karena masalah ekonomi. Dimana orang butuh makan dan tidak ada sarana pendukung untuk mendapat mata pencaharian.

Faktor yang kedua, lemahnya penegak hukum khususnya dibidang HAKI juga merupakan salah satu pemicu maraknya praktik pemalsuan dan pembajakan di Indonesia terutama di pasar Bitingan Kudus. Para aktor penegak hukum diantaranya polisi, jaksa, hakim dan bahkan para pengacara saat ini belum sepenuhnya mampu mengimplementasikan UU HAKI secara optimal. Akibatnya tindakan hukum bagi para pelaku tidak maksimal sebab aparat berwenang

sendiri masih kebingungan tentang apa itu HAKI, sebuah ironi Negara yang mengaku menganut paham *rechtstaat* (Negara hukum) ini.

Faktor ketiga yang juga merupakan pemicu bagi maraknya pemalsuan dan pembajakan adalah budaya masyarakat. Ketika masyarakat sudah terbiasa dengan gaya konsumtif dan lebih mementingkan merek suatu produk daripada kegunaannya maka disini muncullah peluang besar bagi munculnya pemalsuan dan pembajakan. Pengusaha-pengusaha lokal semakin terdorong untuk memalsukan merek-merek palsu yang diproduksi tersebut akan laku keras dipasaran. Sebab kalau kita perhatikan, dimasyarakat kita begitu subur tumbuh kegandrungan akan buatan produk dari luar. Misalnya dari salah satu pembeli celana jeans calvin klein mengatakan bahwa di pasar bitingan Kudus dia bisa mendapatkan dengan harga hanya Rp.70.000 padahal yang sebenarnya berharga jutaan.<sup>4</sup> Artinya, konsumen tau dan sadar betul bahwa yang dibelinya ini palsu. Tapi tetap mereka mau membeli. Ini semata-mata karena mereknya. Karena dengan memakai celana bermerek itu, harkat dan statusnya jadi terangkat. Arti yang lebih luas, sebenarnya kita sendiri kurang menghargai merek-merek kita sendiri.

Berdasarkan faktor-faktor diatas, sudah kita ketahui bahwa beredarnya produk palsu atau bajakan di masyarakat karena ada faktor yang mendukung guna meningkatkan daya beli produk bajakan itu sendiri.

Dengan itu, pembuatan produk palsupun lebih meningkatkan produksinya karena permintaan dari konsumen pun meningkat akan harga yang murah. Mereka tidak mementingkan kualitas produk tersebut, tapi lebih melihat harga yang murah. Padahal produk palsu atau bajakan yang mereka konsumsi mengandung bahan-bahan

---

<sup>4</sup>Wawancara dengan Sulistiana salah satu pembeli di pasar Bitingan Kudus, Pada Tanggal 12 Maret 2017.

berbahaya dan menggunakan bahan yang tidak kita ketahui dari mana mereka membuatnya.

Pemasalahan pembajakan produk bukan monopoli Indonesia saja, tetapi juga seluruh dunia. Hal ini mengingat karena bisnis illegal ini berdampak negatif kepada masyarakat maupun pelaku bisnisnya. Oleh karena itu sudah saatnya para ahli Indonesia, terutama yang tertarik dengan bidang pemasaran dapat mejadikan topik pembajakan produk sebagai bidang penelitiannya.

Bidang garap penelitian tentang pembajakan produk bisa sangat luas sekali, baik itu dilakukan dalam level konsep, metodologi maupun aplikasinya. Bila dipersempit lagi bidang garap tersebut dapat dipilah menjadi pengkajian sisi permintaan dan pengkajian sisi penjualan atau pabrikan. Pada Sisi permintaan, kajian yang dilakukan terfokus pada perilaku konsumen. Pada perilaku konsumen ini banyak hal yang dapat di kaji. Bidang kajian yang dapat dilakukan, sebagai contoh adalah karakter konsumen yang dikaitkan dengan keinginan beli mereka terhadap produk bajakan, misalnya: etika konsumen, budaya konsumen, kepatuhan hukum konsumen, dan bisa diperluas lagi dengan mengkaitkan masalah harga beserta persepsi terhadap suatu produk.

Sedangkan pada sisi penjualan, penelitian dapat di fokuskan pada sisi distribusi dengan melihat seberapa jauh distributor memiliki kemauan bekerja sama dengan pabrikan untuk menghambat distribusi produk bajakan. Pada sisi pabrikan pun juga menarik untuk dikaji terutama dalam kaitannya dengan efektifitas strategi pabrikan dalam menghadapi produk bajakan. Seperti diketahui banyak strategi yang telah dilakukan pabrikan, dan berkembang sesuai dengan pertumbuhan produk bajakan yang semakin canggih dilakukan. Misalnya: strategi dengan pembuatan label yang berhologram pada produknya, strategi dengan meningkatkan monitoring ke distributor, strategi dengan



menyewa detektif, strategi dengan melakukan tindakan hukum, dan strategi dengan memberi penomoran seri pada produk.

Dan suatu hal yang sangat penting adalah kajian di bidang budaya sangat perlu terutama mengetahui akar perilaku bisnis bajakan ini. Sebagai salah satu contoh konkrit yang mungkin dapat dilakukan dalam kajian pada sisi permintaan, dan nampaknya juga cukup penting untuk dikaji di Indonesia adalah seberapa jauh “kepatuhan hukum konsumen” dan “etika konsumen” mempengaruhi pembelian terhadap produk bajakan. Pada dasarnya kedua konstruk variable ini memiliki implikasi yang berbeda. “Kepatuhan hukum konsumen” berimplikasi pada kepatuhan mentaati hukum yang berlaku, sedangkan “etika konsumen” berimplikasi pada moralitas konsumen dalam memandang suatu tindakan yang berdampak pada nilai-nilai yang dipercaya oleh masyarakat.

Melihat pemalsuan dan pembajakan di Indonesia terutama yang ada dipasar Bitingan Kudus yang cukup mengkhawatirkan ini tentunya semua pihak dituntut untuk terlibat dalam upaya pemberantasannya. Pemerintah dituntut segera memperbaiki kualitas baik perangkat hukum maupun aparat penegak hukum demi menjamin kepastian hukum dan menjaga martabat bangsa dimata investor. Disamping itu, masyarakat hendaknya belajar untuk mencintai produk asli dalam negeri yang lebih murah dan membuang jauh-jauh gengsi atau bangga dengan barang-barang bermerek luar negeri.

## **2. Analisis Tentang Solusi Untuk Mengatasi Praktek Jual Beli Produk Bajakan Dipasar Bitingan Kudus Dalam Perspektif Ekonomi Syariah**

Allah SWT telah menjadikan manusia masing-masing membutuhkan satu sama lain, supaya mereka tolong-menolong, tukar-menukar keperluan dalam segala urusan kepentingan hidup masing-masing baik dengan jalan jual beli, bercocok tanam, atau perusahaan

lain-lain baik dalam urusan kepentingan sendiri maupun untuk kemaslahatan umum. Dengan cara demikian kehidupan masyarakat menjadi terartur dan subur, peretalian yang satu dengan yang lainpun menjadi teguh. Akan tetapi, sifat tamak tetap ada pada manusia suka mementingkan diri sendiri supaya hak masing-masing jangan sampai tersia-sia, dan menjadi kemaslahatan umum agar pertukaran dapat berjalan dengan lancar dan teratur. Oleh sebab itu agama member peraturan yang sebaik-baiknya karena dengan teraturnya muamalat, maka kehidupan manusia dapat terjamin pula dengan sebaik-baiknya sehingga perbantahan dan dendam-mendendam tidak akan terjadi.<sup>5</sup>

Didalam pelaksanaan perdagangan (jual beli) selain ada penjual dan pembeli, juga harus relefan dengan rukun dan syarat jual beli, dan yang paling penting adalah tidak ada unsur penipuan, jadi harus atas dasar suka sama suka atau saling rela. Anjuran untuk melaksanakan jual beli yang baik dan benar atau harus saling suka sama suka telah banyak disebutkan dalam Al-Qur'an, salah satunya dalam surat AnNisa' ayat 29.

Belanja produk bajakan adalah penomena perilaku konsumen yang sudah biasa di Indonesia, tidak ada hal yang aneh apalagi merasa dosa, membeli produk tersebut. Karena sudah biasanya melihat perilaku jual beli produk bajakan, masyarakat seolah-olah telah melejitimasi bahwa bisnis produk bajakan bukan suatu kejahatan ekonomi.<sup>6</sup>

Persoalan pembajakan produk ini telah menjadi isu serius dan menarik bagi peneliti pemasaran dan ilmu lainnya, terutama hukum, mengingat dampak yang di akibatkannya sangat serius, baik ditinjau dari sudut ekonomi dan sudut pemakai produk.

Beberapa responden memberikan jawaban mengapa terjadi pembajakan, ada yang bilang mencari yang asli sulit, ada yang bilang

<sup>5</sup>Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, Sinar Baru Algensindo, Bandung, 1986, hlm.278.

<sup>6</sup>Anas Hidayat Lan Phau, *Pembajakan Produk: Dilema Budaya Antara Barat dan Timur Kajian Literatur Pada Sisi Permintaan*, Jurnal Siasat Bisnis, 2003, Vol. 2, No. 8, hlm. 189.



barang yang asli terlalu mahal atau ada yang bilang super mahal. Tapi pada umumnya bilang bahwa barang yang asli itu mahal.

Berdasarkan kenyataan itulah ada orang yang menangkap peluang yaitu dengan melakukan pembajakan produk asli tersebut. Bukannya para pembajak itu tidak tahu ingin meraih penghasilan di atas jerih payah orang lain tapi godaan penghasilan yang begitu menggiurkan membuat mereka melupakan norma-norma tersebut ditambah lagi hukum pasar dan motif ekonomi dari masyarakat, dengan modal sedikit memperoleh kenikmatan atau keuntungan mereka butuhkan. Bisa juga para pembajak itu tidak tahu hukum tapi uang telah menutupi hukum tersebut.

Lalu bagaimana caranya agar tidak terjadi pembajakan. Opiniya mungkin ini bisa menjadi solusi. Kita tentu tahu bahwa masyarakat Indonesia dan belahan dunia lain itu terdiri dari tiga golongan, yaitu kecil, menengah, dan atas. Golongan masyarakat kecil adalah mereka yang penghasilannya tidak mencukupi atau hanya cukup untuk kebutuhan sehari-hari. Golongan masyarakat menengah adalah golongan masyarakat yang penghasilannya yang apabila digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup ada sisa penghasilan walaupun sedikit. Golongan atas adalah golongan masyarakat yang penghasilannya yang apabila digunakan untuk kebutuhan sehari-hari masih sisa banyak atau penghasilannya tidak bisa dihitung karena saking banyaknya penghasilan yang mereka peroleh. Lalu apa semua hubungannya semua itu. Soal selera pun masyarakat itu dibedakan berdasarkan golongan masyarakat tersebut ditambah lagi bahwa setiap manusia itu punya ego dan rasa gengsi.

Oleh karena itu tidak salah jika sebuah produk bisa juga digolongkan menjadi beberapa golongan, produk untuk kalangan kecil sampai untuk kalangan atas. Untuk itulah maka sebuah produk, misalnya tas dari merek tertentu seharusnya tidak hanya diproduksi hanya mampu dibeli orang yang dapat menjangkau harga yang

ditawarkan tapi juga dapat dijangkau oleh masyarakat golongan lain. Caranya yaitu produk tas tersebut tidak hanya diproduksi oleh satu perusahaan tapi bisa lebih dari satu perusahaan, yang tentunya terlebih dahulu mendapatkan ijin dari pemilik merek sebagai pemilik produk. Dengan diproduksi lebih dari satu perusahaan itu diharapkan dapat memenuhi produk yang dapat dijangkau semua kalangan. Untuk memproduksi produk murah tersebut mungkin bisa digandeng produsen yang selama ini memproduksi produk bajakan. Dengan begitu mereka tidak lagi perlu kucing-kucingan lagi dengan para penegak hukum. Para produsen besar juga tidak perlu khawatir produk murah yang diproduksi perusahaan lain karena setiap produk itu menciptakan pasarnya sendiri. Dengan cara begini bukan Cuma mengatasi pembajakan tapi juga memberdayakan ekonomi rakyat yang modalnya minim. Untuk produk-produk lain juga bisa diterapkan cara ini.

Sekarang tinggal niat baik dari pemerintah dan juga para produsen atau pemegang merek apakah mereka mau membagi penghasilan dengan produsen lain yang lebih kecil skalanya. Selama sebuah produk tetap mahal atau tidak terjangkau maka akan ada usaha untuk menikmati produk tersebut walaupun dengan membajak. Kalau tidak ingin ada pembajakan maka cara seperti yang telah saya sampaikan di atas mungkin bisa diterapkan. Atau kalau tidak harus ada produk murah untuk masyarakat yang penghasilannya pas-pasan. Intinya, satu produk tidak hanya diproduksi oleh satu perusahaan tapi lebih dari satu perusahaan untuk produk-produk yang mahal tersebut