

RATIONAL CHOICE JUAL-BELI BARANG COUNTERFEIT

Adelia Ayu Saputri

Prodi Manajemen Bisnis Syariah STEI Hamfara Yogyakarta

Ayusadelia957@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis fenomena perdagangan barang palsu dengan teori rational choice. Analisis ini menjelaskan faktor penyebab yang mendorong jual-beli barang palsu. Penelitian dilakukan di New Outlet Biru (OB), Yogyakarta, tempat berlangsungnya perdagangan barang palsu. Informasi dikumpulkan dari tiga sumber, satu pedagang dan dua pembeli. Faktor yang mempengaruhi penjualan barang palsu yaitu harga, kualitas, tren, permintaan, referensi lokasi, dan persepsi diri. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memberikan gambaran dan pemahaman tentang perdagangan barang palsu. Hasil penelitian dinarasika dengan model deskriptif yang menggambarkan temuan informasi ketika penelitian terkait dengan maraknya perdagangan barang palsu.

Kata Kunci: Teori Rational Choice, Perdagangan, Barang Counterfeit, Kejahatan Intelektual

ABSTRACT

This study analyzes the phenomenon of trade in counterfeit goods with the theory of rational choice. This analysis explains the causal factors that drive the buying and selling of counterfeit goods. The research was conducted at New Outlet Biru (OB), Yogyakarta, where the trade in counterfeit goods took place. The information was inferred from three sources, one merchant and two buyers. Factors that influence the sale of counterfeit goods i.e. price, quality, trends, demand, location references, and self-perception. This research uses qualitative methods to provide an overview and understanding of the trade in counterfeit goods. The results of the study are dynamic with a descriptive model that describes the findings of information when the research is related to the rampant trade in counterfeit goods.

Keywords: Rational Choice Theory, Trade, Counterfeit Goods, Intellectual Crime

PENDAHULUAN

Setiap orang memiliki kemampuan mengembangkan ide atau gagasan yang berkaitan dengan suatu bidang. Kemudian, dari wawasan dan wawasan tersebut, lahirlah karya yang berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Dalam kaitannya dengan hak, hak merupakan faktor normatif yang membentuk tatanan perilaku setiap individu. Selain itu, secara tidak langsung melindungi kepentingan orang lain. Izin dibagi menjadi beberapa elemen seperti; pemegang hak, ruang lingkup masalah, dan pengguna hak (Prasetyadji et al., 2020). HKI kemudian merupakan perlindungan hak atas suatu produk yang diberikan kepada orang yang memproduksinya. Untuk merangsang dan memelihara kreativitas, serta persaingan yang sehat di pasar. Hak kekayaan intelektual digunakan untuk meminimalkan penggunaan hak kekayaan intelektual seperti merek dagang, paten, dan hak cipta lainnya tanpa persetujuan pemilik (Hyde & Kulkarni, 2017).

Merek di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis No. 20 Tahun 2016. Dalam peraturan perundang-undangan tersebut dijelaskan bahwa peranan merek dan indikasi geografis sangat penting dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dan jujur, melindungi konsumen, usaha mikro, kecil dan menengah serta industri rumah tangga lainnya. Lebih detail dijelaskan tentang pengertian merek dan jenis merek dalam "Pasal 1 ayat 1". Kemudian dijelaskan tentang merek dan merek jasa dalam "Pasal 1 ayat 2 dan ayat 3" Juga dalam "Pasal 1 ayat 4" dijelaskan tentang pengertian Merek Kolektif yang memiliki kesamaan ciri untuk membedakan dari jenis yang mana. Penjelasan hukumnya dijelaskan dalam "pasal 1 ayat 5" yang menyatakan bahwa hak atas merek diberikan secara eksklusif oleh Negara kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan merek itu untuk dirinya sendiri. atau dengan memberi kuasa kepada pihak lain untuk menggunakannya (Kurniawan & Priyanto, 2016). Berdasarkan undang-undang tersebut dapat dipastikan bahwa hak kekayaan intelektual yang berkaitan dengan merek diberikan kepada pemilik oleh negara berdasarkan permohonan yang diajukan kepada instansi yang bertanggung jawab. melalui prosedur administrasi yang berlaku seperti aplikasi negara, dan ini wajib. Dengan demikian, pemilik merek dapat secara sah melindungi merek yang dimilikinya. Sedangkan jika permohonan tidak diajukan dan hak-hak khusus tidak diberikan, mereka tidak akan menikmati perlindungan hukum (Sujatmiko & Setyawati, 2018).

Ada banyak kasus penipuan yang disengaja, penipuan atau pemenjaraan yang disengaja, yang pada akhirnya mengarah pada persaingan tidak sehat, pencatutan ilegal dan yang terpenting, perilaku tidak etis dan ilegal. dalam hal ini adalah perbuatan meniru atau menyisipkan merek dagang tertentu, biasanya mengacu pada merek dagang terkenal. karena kita tahu bahwa merek dagang, apakah itu merek dagang atau merek jasa, eksklusif untuk merek tersebut dan diklasifikasikan sebagai karya pembuatnya. Oleh karena itu, perlu dipastikan perlindungan terhadap pemegang hak tersebut, melalui proses pengaturan hukum tentunya. semua ini untuk menghindari masalah dan upaya untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual. Dengan demikian, muncullah istilah yang digunakan dalam bidang merek dagang, yang mengacu pada beberapa tindakan mencari keuntungan komersial, dengan memproduksi atau menjual barang palsu, tiruan atau palsu yang sering keliru disebut sebagai barang palsu. Banyak faktor yang melatarbelakangi hadirnya produk palsu di pasaran. Pelabelan barang palsu muncul dari cara pembuatan barang, khususnya dengan metode pemalsuan. Pemalsuan dapat dipahami sebagai bentuk pemalsuan merek dagang dengan kekayaan intelektual yang sah. Bahkan juga bertujuan untuk menghasilkan artikel yang identik dengan aslinya (Margaret & Esa, 2022).

Perdagangan barang palsu di Indonesia semakin berkembang sejalan dengan gaya hidup masyarakat pada umumnya. dalam hal ini dapat mencakup pakaian, aksesoris, perhiasan. beberapa aspek yang membentuk sikap seseorang terhadap barang palsu atau kecenderungan untuk membeli barang palsu: (1) Kesadaran Fashion, (2) Materialisme, (3) Gaya Hidup (Ariati & Pratama, 2020). Di antara berbagai produk palsu yang beredar di pasaran, mayoritas menyasar merek-merek terkenal, hal ini terjadi karena preferensi produk konsumen banyak dipengaruhi oleh merek-merek palsu. terutama terhadap produk fesyen atau fesyen seperti sepatu, aksesoris pakaian, dll (Hyde & Kulkarni, 2017). Akhirnya menjadi komoditas tertentu, tentunya keberadaan barang yang hilang akhirnya menjadi adanya barang palsu yang tentunya tidak lepas dari kepentingan masyarakat. Adanya produk palsu tersebut beredar di pasaran karena kepopuleran produk yang asli. Dari uraian yang disajikan di atas, terlihat jelas bahwa para pengedar barang palsu sangat ramai.

Permintaannya pun tentu berbanding lurus dengan kondisi pasar yang ada, karena keberadaan barang tersebut bergantung pada permintaan pasar. Begitu juga dengan tempat atau pusat perbelanjaan yang disebut-sebut memperdagangkan barang palsu. Di daerah

Yogyakarta terkenal dengan sepatu dengan merk terkenal tapi versi Kw alias Palsu. Di toko New Outlet Biru (OB), Anda tidak hanya akan menemukan sepatu, tetapi juga tas, pakaian olahraga, jam tangan, dan aksesoris mobil. Dan beberapa pedagang di sana mengatakan sebagian besar gempu susulan berasal dari China, Thailand, dan Vietnam. Sejalan dengan bagian sebelumnya, sebagaimana diberitakan tirto.id, ada banyak cara yang digunakan pemasar untuk memasarkan produk palsu tersebut. Dulu biasanya dilakukan di toko-toko, pasar atau pusat perbelanjaan, kemudian seiring berkembangnya zaman dengan berdagang miras khususnya beberapa pedagang membeli langsung ke supplier untuk mengisi stok kemudian dijual kembali. Tentunya dapat dikatakan bahwa hasil yang diperoleh dalam sehari sangat menarik, jika dihitung secara bulanan dapat dibandingkan dengan gaji umum daerah (Divariyana & Nizam, 2018).

Berdasarkan gambaran yang penulis paparkan di awal artikel, maka penting mengetahui bentuk analisa teori rational choice terhadap fenomena perdagangan barang counterfeit. Penulis membatasi penelitian ini hanya melalukan wawancara untuk konsumen yang berbelanja di took New Outlet Biru (OB), Yogyakarta. Dan yang berjualan di toko tersebut. Tujuan penelitian hendak menjabarkan bagaimana fenomena perdagangan barang counterfeit yang terjadi di Toko New Outlet Biru (OB), Yogyakarta dianalisa lewat teori rational choice. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor faktor yang mendorong terjadinya fenomena tersebut dan sebab sebab yang mendahuluinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan fenomenologis menggunakan metode kualitatif. Pendekatan ini menjadikan lebih memahami lokasi penelitian dengan cara observasi dan wawancara mendapatkan gambaran realita topik pembahasan. Peneliti berusaha memahami dan menggambarkan subjek penelitian yang ditemui untuk mencari gambaran dan jawaban terkait pertanyaan penelitian yaitu apa saja faktor yang menyebabkan maraknya perdagangan barang counterfeit. Kemudian mengolahnya dengan menginterpretasikan berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian.

HASIL DAN DISKUSI

Perdagangan

Sektor komersial antara lain dapat digolongkan sebagai sektor ketiga dari seluruh sektor ekonomi, khususnya di Indonesia. Perdagangan tentu terlihat dalam istilah Islam Al-Bai, yang jika diartikan dapat mencakup penjualan, penggantian, dan barter barang. Selanjutnya, perdagangan dapat dipahami sebagai kegiatan ekonomi melalui pengumpulan dan penjualan benda, baru dan bekas (Almas, 2018). Dalam bahasa Indonesia aturan yang berkaitan dengan perdagangan dapat dipahami sebagai transaksi antara satu orang dengan orang lain untuk mendapatkan keuntungan (Brier & lia dwi jayanti, 2020).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“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.” (Q.S An-Nisa [4] ayat 29)(Utomo, Dr.Yuana Tri, SEI., 2016)

Merek Dagang

Merek dagang adalah produk yang mewakili fitur atau tanda atau tanda yang mengidentifikasi produk tertentu. Merek dagang digunakan dalam berbagai kegiatan komersial, baik untuk barang maupun jasa. Merek sebenarnya tidak memiliki nilai intrinsik, dalam istilah ekonomi mereka memiliki nilai guna dan pertukaran. Berdasarkan pengertian dan pengertian merek sebagaimana tercantum dalam UU No. 15 Tahun 2001, dapat diuraikan sebagai berikut: (1) Tanda yang dimaksud mampu membedakan barang; (2) Menunjukkan asal barang; (3) Menjamin kualitas barang; (4) Sebagai tanda pembeda dengan barang yang sejenis, sama tetapi berbeda asal dan sumber.

Jual Beli Barang Tiruan

Pertukaran barang, baik yang dilakukan dengan uang atau dengan barang atau benda lain, atas dasar kesepakatan bersama antara kedua belah pihak dikenal sebagai "jual beli", yang secara harfiah diterjemahkan menjadi "atas dasar kerelaan kedua belah pihak". Perdagangan adalah pertukaran yang dilakukan oleh penjual dan pembeli untuk tenaga kerja dan produk yang menjadi objek dari kesepakatan dan pertukaran beli. Istilah (terminologi) mengartikan jual beli sebagai pemindahan hak milik dari satu pihak ke pihak lain dengan persetujuan bersama, baik dengan pertukaran barang atau uang. Oleh karena itu, jelas bahwa jual beli adalah pertukaran sukarela aset untuk aset, biasanya berupa barang atau uang, berdasarkan kontrak tertentu yang telah disepakati bersama (Susiwati, 2017).

Produk palsu atau barang dagangan KW adalah barang dagangan yang dikirimkan sebagai reproduksi atau peniruan barang dagangan bertanda. Lebih dikenal dengan barang KW adalah barang palsu. Kata "kualitas" yang berarti "tiruan" atau "imitasi" merupakan akar kata dari kata "KW". Oleh karena itu, barang KW adalah barang yang diproduksi sebagai replika, imitasi, atau tiruan dari barang lain. Produsen Barang KW" memproduksinya dengan cara menyerupai meniru hak merek yang bersangkutan. Akibatnya, "barang KW" tersebut ternyata adalah produk palsu (Utomo, 2018). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), barang palsu sama dengan "tiruan" yang berarti "tidak asli (asli), palsu, dan setuju". Lai Zaichkowsky mengatakan bahwa pemalsuan dan pembajakan pada dasarnya adalah hal yang sama karena keduanya adalah salinan dari barang yang sama dari aslinya. Barang palsu, sebaliknya, dibuat dengan merujuk atau meniru barang perintis.

Barang Counterfeit

Palsu dalam bahasa Indonesia artinya barang palsu memiliki definisi tersendiri. Diadaptasi (Spink, 2007, 2009b) dalam (Spink, Moyer, Park, & Heinonen, 2014) pemalsuan adalah segala aspek produk yang disalin, yang secara hukum melanggar hak kekayaan intelektual dalam hukum merek dagang, paten, dan hak cipta. Kemudian, menyimpang dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa pemalsuan adalah akibat dari suatu tindakan pemalsuan atau pemalsuan, untuk memahami pemalsuan harus mencakup penyebab dan akibat, serta

peluang. Karena pada umumnya pemalsuan dimotivasi oleh keuntungan ekonomi dan menipu konsumen Singkatnya, pemalsuan adalah akibat dari pemalsuan.

Dengan menggunakan kata komoditas di samping kata palsu, maka mengaculah pada definisi konseptual barang palsu yang telah dijelaskan sebelumnya. Barang Palsu adalah Barang yang dengan sengaja disalin dan dilanggar dari semua sisi melalui hak kekayaan intelektual yang ditujukan khusus untuk Merek Dagang tertentu menurut definisi yang diadaptasi dari dalam. Berdasarkan informasi tersebut, barang palsu adalah barang yang tidak dapat dibuktikan kualitas dan keabsahannya (Ahmed et al., 2020).

Teori Rational Choice

Keputusan setiap individu didasarkan pada Teori Pilihan Rasional, yang memprediksi manfaat, risiko, dan biaya dari keputusan itu. Teori Pilihan Rasional memberikan penjelasan mengapa dan bagaimana seseorang melakukan kejahatan dalam konteks kriminologi. Dibandingkan dengan jenis kejahatan lainnya. serta cara korban kejahatan menjadi korban dan adanya calon korban tambahan. Jika hal ini diperjelas, akan terlihat bagaimana keputusan yang diambil menentukan siapa korbannya (Hafiz, 2016). Secara umum diterima bahwa individu yang rasional akan mengambil tindakan apa pun yang didiskusikan. Ini menunjukkan bahwa seseorang membuat keputusan tentang tindakannya. Asumsi utama yang dibuat orang ketika mengambil keputusan adalah Prinsip Rasionalitas, sebagaimana didefinisikan dalam pembahasan Teori Pilihan Rasional. dengan maksud meminimalkan segala resiko dan memberikan keuntungan sebanyak-banyaknya. Setiap individu menimbang pro dan kontra dari setiap pilihan saat mengambil keputusan.

Menurut Teori Pilihan Rasional Gary Becker, dia dapat mempengaruhi pengambilan keputusan seorang penjahat (SH., MH & SUSANTI, 2017): (1). Untung; Ada manfaat yang didapat seseorang dalam mengejar pilihan dalam melakukan kesalahan; (2). Fasilitas; adanya kesempatan yang kemudian dimanfaatkan berdasarkan keadaan melakukan kejahatan; (3). Kontrol; pengawasan yang tidak memadai dan kemungkinan kecil untuk melakukan kejahatan; (4). Hukuman; Jika Anda tidak melakukan kejahatan, risiko hukumannya rendah (Askarial & Susanti, 2017).

PENUTUP DAN KESIMPULAN

Fenomena perdagangan barang palsu dengan teori rational choice di New Outlet Biru (OB) Yogyakarta disebabkan oleh beberapa faktor pendorong. Faktor pendorong tersebut adalah harga, kualitas, tren, permintaan, referensi lokasi, dan persepsi diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, A., Abbasi, M. N., & Farooq, O. (2020). What Defines Counterfeiting? A Timeline Analysis of the Definition. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 6(2), 641–650. <https://doi.org/10.26710/jbsee.v6i2.1163>
- Almas, B. (2018). Analisis Pembiayaan Dan Kredit Sektor Perdagangan, Hotel Dan Restoran Di Indonesia Bahrina. *Maqdis : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3(2), 160. <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/188>
- Ariati, R. A., & Pratama, M. P. (2020). Pengaruh Fashion Consciousness, Materialism, dan Lifestyle terhadap Intention to Purchase Counterfeit Product dengan Consumer Attitude toward Countereit Product sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(3), 358–375. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i3.485>
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *faktor sosial*. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Divariyana, C., & Nizam, A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Sepatu Converse Palsu Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 123–135.
- Hafiz, S. El. (2016). *Teori Pilihan Rasional Oleh*. July, 14–16.
- Hyde, O., & Kulkarni, K. G. (2017). *2017 Counterfeits and intellectual Property Right - the fashion industry (2)*. September, 5–13.
- Kurniawan, I. N. A., & Priyanto, P. G. A. S. I. M. D. (2016). Akibat Hukum Penjualan Barang Bermerek Palsu. *OJS.Unud.Ac.Id*, 1–5.

- Margaret, M., & Esa, A. A. S. (2022). Rational Choice Penjual Dan Pembeli Dalam Perdagangan Barang Counterfeit Di Pasar Taman Puring, Jakarta. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(2), 8–18.
- Prasetyadji, K., Maudy, W. A., & Supandi. (2020). *Defense Economics Viewpoint of Intellectual Property Rights*. 140(Icleh), 147–151.
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200513.030>
- SH., MH, A., & SUSANTI, D. (2017). Analisis Kriminologi Terhadap Usaha Perdagangan Tanpa Surat Izin (Studi Kasus Perizinan Toko Obat). *Sisi Lain Realita*, 2(1), 65–79.
[https://doi.org/10.25299/sisilainrealita.2017.vol2\(1\).1394](https://doi.org/10.25299/sisilainrealita.2017.vol2(1).1394)
- Sujatmiko, A., & Setyawati, R. (2018). *A Comparison Study of The Registration System of Trademarks in Indonesia and Australia*. 131(20), 12–17. <https://doi.org/10.2991/iclgg-17.2018.2>
- Susiawati, W. (2017). Jual Beli dan dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 171–184.
- Utomo, Dr.Yuana Tri, SEI., M. (2016). *Al-qur'an : Ekonomi, Bisnis dn Etika*. 1–23.
- Utomo, D. R. (2018). Jual Beli Barang Tiruan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *J Educ Hum Soc Sci*.