

**Dampak Merek Dagang Terhadap Efektifitas Manajemen UMKM
Perspektif Hukum Bisnis Syari'ah (Studi Kasus UMKM Barlian Makrame
Di Desa Sidowarek Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang)**

¹Mefa Fatihatul Azza, ²Wedi Pratanto Rahayu,

^{1,2}Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang

¹mefa11azza@gmail.com, ²wedirahayu@unhasy.ac.id

Abstrak

UMKM adalah salah satu lembaga yang bergerak dalam dunia bisnis untuk memenuhi kebutuhan hidup. UMKM mempunyai peranan yang penting dalam perekonomian Negara. UMKM dituntut memiliki manajemen yang efektif, bila ingin bersaing. Berkaitan dengan manajemen yang efektif, UMKM yang memasarkan produk *home made* (buatan tangan) penting memiliki merek dagang yang sudah terdaftar. UMKM Barlian Makrame pernah mengalami kerugian materi maupun immateri yang terkait merek dagang yang belum terdaftar. Dalam asas kepemilikan hukum bisnis syariah, terdapat asas *infiradiyah* yaitu hak eksklusif yang harus dihormati oleh setiap orang atas suatu kepemilikan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode pengumpulan data dari wawancara, observasi dan dokumen. Analisisnya secara deskriptif dengan pendekatan yuridis Empiris dan fenomenologi, menghubungkan teori Hukum Bisnis Syariah dengan fakta di lapangan terkait dampak Merek Dagang Terhadap Efektifitas Manajemen UMKM Barlian Makrame. Hasil penelitian menemukan bahwa ada dampak kerugian bagi UMKM Barlian Makrame dikarenakan pengelolaan yang tidak efektif yang terkait belum terdaftarnya merek dagang. Dalam perspektif hukum bisnis syariah, hal tersebut membuat UMKM Barlian Makrame tidak memiliki hak eksklusif atas produknya yang disebut dengan asas *infiradiyah*. Sehingga penting bagi UMKM mendaftarkan merek dagangnya agar asas *infiradiyah* dapat terwujud secara jelas dan legal.

Kata Kunci: *UMKM Barlian Makrame, merek dagang, Hukum Bisnis Syariah, asas infiradiyah*

A. Pendahuluan

Kebutuhan hidup setiap orang pasti beragam, dan tidak terbatas. Setiap orang harus mampu memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas tersebut, sementara alat pemenuhan kebutuhan sangat terbatas, sehingga menyebabkan setiap orang melakukan berbagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik secara individu maupun kelompok demi melangsungkan kehidupannya¹. Kebutuhan yaitu segala sesuatu yang dibutuhkan setiap orang untuk mempertahankan hidup serta untuk memperoleh kesejahteraan dan kenyamanan². Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya setiap orang tentu

¹ Ismawanto, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Yogyakarta: Lembaga Pendidikan Primagama, 2007), 7.

² Harumi Sujatmiko, *Suatu Pengantar Ekonomi Mikro*, (Malang: Setara Press, 2012), 3.

memerlukan harta, oleh karena itu setiap orang harus berusaha mendapatkannya dengan cara bekerja. Agama Islam mewajibkan setiap Muslim untuk bekerja agar bisa memberikan nafkah bagi dirinya sendiri, orang yang menjadi tanggungannya maupun orang lain. Salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis. Bisnis didefinisikan sebagai keseluruhan aktivitas yang menyediakan dan/atau menghasilkan produk (barang dan jasa) guna menciptakan manfaat dan nilai baik bagi diri sendiri maupun orang lain³. Praktek bisnis ini di antaranya dilakukan oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah. UMKM merupakan unit usaha bisnis yang paling banyak di masyarakat. UMKM adalah unit usaha yang punya peranan yang sangat penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya⁴.

Pada tahun 2016, Negara Indonesia telah bergabung dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah sistem perdagangan pasar bebas yang dilakukan oleh semua negara anggota ASEAN. Pemerintah telah menyampaikan kepada para pengusaha yang mempunyai usaha bersekala mikro, kecil, menengah atau yang sekarang disebut dengan UMKM. Apabila UMKM mau bersaing dalam pasar bebas maka, UMKM harus mempunyai manajemen yang efektif. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif. Dengan adanya manajemen yang efektif, UMKM bisa meningkatkan kualitas produk yang dipasarkan. Produk UMKM umumnya diproduksi secara *hand made* (buatan tangan). Produk ini merupakan produk yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi. Hal terpenting yang terkait dengan produk *hand made* ini adalah mempunyai merek dagang. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya⁵.

Manajemen UMKM yang efektif akan mempengaruhi operasional UMKM. Di antara hal yang terkait dengan manajemen UMKM adalah pengelolaan terkait kepemilikan merek dagang. Pada saat ini, dalam persaingan pasar bebas, suatu bisnis tidak akan terlepas dari merek dagang. Merek dagang adalah suatu identitas untuk barang atau jasa yang di perdagangkan. Sementara faktanya, UMKM masih menganggap bahwa mendaftarkan kepemilikan merek

³ M. Azrul Tanjung, *Meraih Surga Dengan Berbisnis*, (Depok: Gema Insani Press, 2013),

2.

⁴ Dede Jajang Suyaman, *Kewirausahaan Dan Industri Kreatif*, (Bandung, Alfabeta, 2015),

42.

⁵ Pasal 1 ayat (2) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis..

dagang bukanlah sesuatu yang penting. Dari data statistik pendaftaran merek dagang bagi UMKM yang ada di Indonesia melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI), pada tahun 2019 hanya 8,55%⁶. UMKM Barlian Makrame adalah salah satu yang belum mendaftarkan merek dagangnya. Kegiatan usaha UMKM Barlian Makrame pernah mengalami kerugian secara materil dan kerugian secara immaterial, dikarenakan persoalan merek dagang.

Dalam Hukum Bisnis Syariah, terdapat pedoman yang harus dipatuhi dalam proses berbisnis. Salah satu hal yang dibahas dalam hukum bisnis syari'ah yaitu adanya manajemen syariah, pengelolaan bisnis yang sesuai dengan prinsip prinsip syariah. Salah satu asas kepemilikan dalam hukum bisnis syariah yang memberikan dampak pada pengelolaan manajemen bisnis adalah asas *infiradiyah*. Asas ini terkait erat dengan hak eksklusif yang dimiliki setiap individu atas harta yang dimilikinya, sehingga orang lain tidak berhak menguasai dan mentasharufkan harta tersebut selain dengan izin pemilik barang. Dalam konteks, barang yang telah diproduksi untuk dipasarkan oleh suatu UMKM di suatu Negara, Hak ini perlu dilegalkan dengan terlebih dahulu mendapatkan pengakuan Negara atas kepemilikan suatu barang, yaitu dengan mendaftarkan barang ciptaan kepada Menteri Hukum dan HAM (Menkumham) melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI), sehingga kekuasaan atas hak milik barang ciptaan seperti merek dagang yang dimiliki seseorang atas karya tersebut tidak diakui atau disalah gunakan oleh orang lain.

Berdasarkan fakta adanya hubungan antara dampak atas merek dagang yang belum didaftarkan dengan asas kepemilikan dalam hukum bisnis syariah yaitu asas *infiradiyah*, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang dampak merek dagang terhadap efektifitas manajemen UMKM perspektif hukum bisnis syari'ah (studi kasus UMKM Barlian Makrame di Desa Sidowarek Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Data penelitian ini berbentuk data primer yang didapatkan dari wawancara dengan Ketua UMKM Barlian Makrame dan data sekunder didapatkan melalui literature kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengelolaan datanya menggunakan analisis deskriptif.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan, menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi atau pemikiran orang secara individual maupun kelompok⁷. Penelitian ini juga menggunakan pustaka (*Library research*) yaitu

⁶ Data DJKI (Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual), diakses 20 Nopember 2020.

⁷ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), 53.

menggunakan buku-buku sebagai sumbernya. Dengan menekankan penelusuran literature yang sesuai dengan Dampak Merek Dagang Terhadap Efektifitas Manajemen UMKM Perspektif Hukum Bisnis Syari'ah (Studi Kasus UMKM Barlian Makrame Di Desa Sidowarek Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang).

Teknik pengumpulan data kualitatif merupakan metode yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan kata-kata dan perbuatan-perbuatan manusia sebanyak-banyaknya. Teknik yang biasanya digunakan peneliti untuk mengumpulkan data adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi dan pengumpulan dokumen⁸.

Dalam pengelolaan datanya, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif (*Describe*). Analisis deskriptif dilakukan dengan cara memilih data yang penting, baru, unik dan terkait dengan Dampak Merek Dagang Terhadap Efektifitas Manajemen UMKM Barlian Makrame. Dan menggunakan pendekatan yuridis Empiris dan fenomenologi. Pendekatan yuridis empiris yaitu cara atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data sekunder berupa teori Hukum Bisnis Syariah terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan untuk melakukan penelitian terhadap data primer praktek di UMKM Barlian Makrame.⁹ Pendekatan fenomenologi yaitu pendekatan yang mendeskripsikan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena yang ada di UMKM Barlian Makrame.¹⁰

C. Kajian Teori

1. Pengertian Hukum Bisnis Syari'ah

Kegiatan perekonomian tidak akan terlepas dari kegiatan bisnis, dalam kegiatan bisnis apapun pasti mempunyai aturan yang dijadikan hukum dalam menjalankan kegiatan bisnis. Bagi orang yang beragama Islam kegiatan bisnis yang dijalankan harus sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah. Terdapat beberapa istilah dalam Al-Qur'an terkait dengan usaha bisnis, dalam kajian fiqih muamalah pengertian kegiatan bisnis disebut *Tijarah* yang artinya perdagangan atau perniagaan.

Yang dimaksud dengan hukum bisnis syari'ah yaitu keseluruhan dari peraturan dan ketentuan hukum yang berkaitan dengan praktik bisnis secara *syar'i* atau sesuai dengan syariat guna meningkatkan kesejahteraan dan kemaslahatan umat manusia¹¹.

⁸ Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), 20

⁹ Soejono Soekanto. *Metodologi Penelitian Hukum*. (Jakarta: UI Press, 1986), 10

¹⁰ John W. Creswell. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 105

¹¹ A. Kadir. *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur.An*. (Jakarta: Amzah, 2010), 23.

2. Asas-Asas Hukum Bisnis Syari'ah

Asas hukum bisnis syari'ah yaitu kebenaran yang menjadi alas dasar atau tumpuan hukum bisnis syari'ah dalam perekonomian. Ada beberapa asas dalam hukum bisnis syariah, yang di jadikan dasar dalam menjalankan bisnis secara syari'ah, antara lain:¹²

a. Asas kebebasan dalam kepemilikan dan usaha bisnis

Asas ini menjelaskan bahwa seseorang bebas memiliki harta dan mengelolanya, sekaligus melakukan berbagai transaksi dalam bisnis yang dikehendaknya selama tidak melanggar aturan syara'. Kepemilikan dalam Islam bermakna kepemilikan harta yang didasarkan pada agama. Dalam Islam ada tiga syarat utama hak atas harta yaitu:

- 1) Harta tidak boleh didapat dengan cara yang haram (melanggara aturan Islam)
- 2) Dalam mendapatkan dan memiliki harta tidak boleh merugikan orang lain
- 3) Dalam mendapatkan dan memiliki harta tidak boleh merusak klaim yang sah, juga tidak boleh membuat klaim yang tidak benar

Kepemilikan ini tidak memberikan hak mutlak kepada pemiliknya untuk mempergunakan semaunya sendiri, melainkan harus sesuai dengan beberapa aturan. Hal tersebut dikarenakan harta pada esensinya hanya sementara, tidak abadi, dan tidak lebih dari pinjaman terbatas dari Allah. Manusia hanya diberi kesempatan memilikinya dalam tempo waktu tertentu. Oleh karena itu hendaknya kegiatan bisnis dilakukan untuk mencari keridhaan Allah dan sesuai dengan sunnah Rasulullah. Pengakuan akan kepemilikan adalah salah satu persyaratan untuk sahnyanya sebuah transaksi harta benda. Pengaturan Islam terhadap semua jenis kepemilikan bertujuan untuk memberikan perlindungan agar tidak terjadi penguasaan harta oleh seseorang secara berlebihan yang menjadikannya tak terbatas dan munculnya kemiskinan akibat efek negatifnya baik dalam ukuran individu maupun sosial.¹³

b. Asas keadilan dalam produksi dan distribusi

Asas ini berorientasi pada proses produksi dalam bisnis syari'ah bertujuan untuk mencari nilai tambah dan keuntungan dengan nilai ibadah. Dalam praktiknya sistem produksi bernilai mencari keuntungan materi, tetapi juga harus mampu menjadi bagian dari maksimalisasi peran manusia sebagai mandataris Allah di muka bumi (*khalifatuhu fil ardh*). Dan tentu saja dalam melaksanakan tugas mulia ini manusia harus senantiasa memelihara *hablun minallah* dan *hablun minannas*. Hal tersebut menunjukkan betapa vitalnya hubungan antara

¹² *Ibid...*, 32.

¹³ Abdullah Abdul Husain At Tariqi, *Ekonomi Islam, Prinsip, Dasar, Dan Tujuan*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), 57.

kesejahteraan umum yang ada dalam masyarakat dan keberlangsungan aktivitas bisnis.

c. Asas komitmen terhadap akhlaqul karimah dalam praktik bisnis

Asas ini sesuai dengan tujuan diutusnya Rasulullah SAW di dunia yaitu menyempurnakan akhlak yang mulia. Akhlak tidak hanya berbicara mengenai masalah pergaulan dan hubungan manusia dengan sesamanya, tetapi juga berbicara tentang masalah hubungan makhluk dengan *Khaliq-nya*. Dalam kegiatan berbisnis haruslah mempunyai etika yang baik apalagi bagi setiap orang Muslim, Rasulullah juga sudah memberikan suri tauladan yang baik bagi seluruh umat manusia dalam melakukan kegiatan perdagangan yaitu dengan sikap kejujuran beliau ketika berjualan pakaian. Seorang pembisnis harus memiliki komitmen kuat untuk mengamalkan akhlak mulia, seperti tekun bekerja sambil menundukkan diri (berdzikir kepada Allah), jujur dan dapat dipercaya, cakap dan komunikatif, sederhana dalam berbagai keadaan, memberi kelonggaran oaring yang kesulitan membayar utangnya, menghindari penipuan, kolusi dan manipulasi. Dengan mengamalkan akhlak mulia akan menciptakan stabilisasi bisnis, meningkatkan kepercayaan dalam kesepakatan bisnis yang senantiasa memenuhi hak-hak orang lain, dan bernilai ibadah dihadapan Allah SWT.

3. Asas-Asas Kepemilikan dalam hukum bisnis syariah

Kepemilikan dalam Islam mempunyai asas-asas sebagai berikut:¹⁴

a. Asas Amanah

Asas ini mengartikan bahwa kepemilikan pada dasarnya merupakan titipan Allah SWT untuk didayagunakan bagi kepentingan hidup seluruh umat manusia di dunia ini, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, ataupun orang lain.

b. Asas Individual (*Infiradiyah*)

Kepemilikan menurut asas ini ialah hak eksklusif yang harus dihormati oleh setiap orang yang tidak mempunyai hak atas suatu kepemilikan. Namun kepemilikan harta benda menurut asas ini masih dapat disatukan dengan hak orang lain dalam bentuk badan usaha atau koperasi sesuai dengan kesepakatan dan ketentuan yang telah dibuat masing-masing pihak yang terlibat.

c. Asas Fungsi Sosial (*Ijtima'iyah*)

Asas ini pada dasarnya mengajarkan umat Islam agar mempunyai rasa empati dan kebersamaan karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain.

d. Asas Manfaat

¹⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 106.

Asas ini mengajarkan bahwa harta kekayaan harus diarahkan menuju kebaikan agar bermanfaat bagi kehidupan, yang diharapkan dapat mencegah *mudharat* baik untuk orang lain maupun diri sendiri.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Dampak Merek Dagang Terhadap Efektifitas Manajemen UMKM Barlian Makeame Di Desa Sidowarek Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yaitu usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta atau dari sisi jumlah usahanya¹⁵. UMKM masih banyak yang belum bisa memanajemen kegiatan bisnis dengan efektif seperti dalam mendaftarkan kepemilikan merek dagang. UMKM masih menganggap bahwa mendaftarkan kepemilikan merek dagang tidak begitu penting. Padahal untuk mampu bersaing dalam pasar bebas UMKM harus mempunyai perlindungan hukum yang nantinya akan membantu jika mengalami permasalahan dalam merek dagangnya dengan cara mendaftarkan kepemilikan merek dagang tersebut kepada Menteri Hukum dan HAM (Menkumham) melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI).

Manajemen UMKM Barlian Makrame masih belum berjalan secara efektif, dalam membuat nama merek dagang UMKM Barlian Makrame sampai saat ini belum mendaftarkan kepemilikan merek dagang dengan nama “Barlian Makrame Collection”. Karena belum mendaftarkan kepemilikan merek dagang, UMKM Barlian Makrame tidak memperoleh perlindungan hukum dari pemerintah. Akibatnya saat ada masalah tentang merek dagang UMKM Barlian Makrame mengalami suatu masalah yang menimbulkan kerugian. Masalah ini berawal dari kerja sama untuk mempromosikan produk tas, UMKM Barlian Makrame dan kerugian yang dialami secara materil berupa uang dari hasil penjualan produk tas yang tidak diperoleh sebesar Rp.6.000.000 (enam juta rupiah) dan biaya pengiriman tas dari daerah Jawa Timur ke Jawa Barat sebesar RP.1.000.000 (satu juta rupiah). Sementara secara immaterial UMKM Barlian Makrame tidak dapat mengakui atau memiliki produk tas yang mereka buat secara *hand made* bahwa itu adalah hasil karya mereka. Kerugian itu selain disebabkan karena belum mendaftarkan merek dagangnya, juga karena tidak mencatat perjanjian usaha mempromosikan tas tersebut. Padahal secara manajemen segala sesuatu yang berhubungan

¹⁵ Dede Jajang Suyaman, *Kewirausahaan Dan Industri Kreatif*, (Bandung, Alfabeta, 2015), 42.

dengan perjanjian bisnis haruslah dicatat hal ini sesuai dengan pasal 1320 KUH Perdata.¹⁶

Pendaftaran merek dagang bagi UMKM akan memberikan hak kepemilikan merek dagang dan perlindungan hukum atas merek dagangnya. Perlindungan hukum tersebut diberikan oleh negara kepada pemilik merek dagang yang sudah mendaftarkan merek dagangnya untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya dan negara akan memberikan perlindungan hukum kepada pemilik merek dagang selama 10 tahun sejak tanggal penerimaan merek dagang yang sudah terdaftar di Menteri Hukum dan HAM (Menkumham) melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) dan jangka waktu perlindungan itu dapat di perpanjang¹⁷. Dengan adanya perlindungan hukum terhadap merek dagang, diharapkan UMKM selaku pemilik merek dagang yang sudah terdaftar dapat terhindar dari segala macam bentuk kerugian.

2. Dampak Merek Dagang Terhadap Efektifitas Manajemen UMKM Barlian Makeame Di Desa Sidowarek Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang Perspektif Hukum Bisnis Syari'ah

Manajemen yang efektif terkait pendaftaran merek dagang ini telah diatur dalam hukum bisnis syari'ah . Hukum bisnis syari'ah adalah keseluruhan dari peraturan dan ketentuan hukum yang berkaitan dengan praktik bisnis secara *syar'i* atau sesuai dengan syariat guna meningkatkan kesejahteraan dan kemaslahatan umat manusia¹⁸. Dalam hukum bisnis syariah ada suatu asas yang disebut asas *infiradiya*. Asas ini menjadikan seseorang memiliki hak eksklusif. Dalam hal ini pemilik merek dagang mempunyai hak eksklusif atas barang yang sudah terdaftar/memiliki merek dagang, dan kekuasaan penuh atas barang dan merek dagangnya yang harus dihormati oleh setiap orang yang tidak mempunyai hak atas barang tersebut¹⁹.

Dalam asas *infiradiya* (individual) seseorang yang mempunyai kepemilikan merek dagang akan memperoleh *haqq mali* atau hak milik seseorang atas suatu benda. Hak milik seseorang atas suatu benda adalah suatu hal yang mutlak adanya, bahkan dipandang sebagai salah satu aspek kebutuhan yang esensial dalam hidup manusia²⁰. Manusia akan mempertahankan sesuatu yang dimilikinya dengan sekuat tenaga, agar

¹⁶ Subekti, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2004), 339.

¹⁷ Pasal 1 ayat (5) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹⁸ A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur.An*. (Jakarta: Amzah. 2010), 23.

¹⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 106.

²⁰ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 111.

tidak sampai direbut oleh orang lain. Merek dagang merupakan hak milik seseorang atas suatu benda dimana dalam hukum bisnis syaria'ah pemilik merek mempunyai *haqq 'aini* (hak materi). *Haqq 'aini* (hak materi) adalah hak seseorang yang telah ditetapkan oleh *syara'* terhadap zat tertentu, sehingga dia memiliki kekuasaan penuh untuk menggunakan dan mengembangkan haknya itu, seperti hak memiliki suatu benda, hak *irtifaq*, dan hak terhadap benda yang dijadikan sebagai jaminan utang. Dalam hal ini kepemilikan merek dagang dapat diperoleh dengan cara bekerja (*al-amal*) yang baik, terpuji, dan halal sesuai dengan hukum²¹.

Dalam hal ini, asas *infiradiya* (individual) dapat ditunjukkan dengan seseorang menyatakan atau mengumumkan hak milik merek dagang sebagai hasil karyanya dengan cara mendaftarkan merek dagangnya kepada Menteri Hukum dan HAM (Menkumham) melalui DJKI (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual), sehingga kepemilikan seseorang atas produknya menjadi legal dan kepemilikannya atas hak milik merek dagang yang dimiliki seseorang atas karya tersebut tidak dapat diakui atau di salahgunakan oleh orang lain. Dengan mendaftarkan merek dagang diharapkan semua UMKM seperti UMKM Barlian Makrame selaku pemilik merek dagang yang sudah terdaftar dapat terhidar dari segala macam bentuk kerugian.

E. Kesimpulan

Ada dampak yang timbul bagi manajemen UMKM Barlian Makrame yang belum efektif, yaitu belum didftarkannya merek dagang kepada Menteri Hukum dan HAM (Menkumham) melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI). Adapun dampaknya adalah UMKM Barlian Makrame tidak memperoleh perlindungan hukum dari pemerintah, akibatnya saat ada masalah tentang merek dagang yang berawal dari kerja sama mempromosikan produk tas, UMKM Barlian Makrame mengalami kerugian secara materil dan immaterial.

Dalam perspektif hukum bisnis syariah, ketidak efektifan manajemen UMKM Barlian Makrame yang di antaranya belum mendaftarkan merek dagang atas produknya, membuat UMKM Barlian Makrame tidak memilki hak eksklusif atas produknya yang dalam hukum bisnis syariah menjadi bagian dari asas *infiradiyah*. yaitu kepemilikan benda secara individu oleh seseorang baik secara *haqq mali* (hak milik seseorang atas suatu benda), maupun *haqq syakhshi* (hak pribadi) serta *haqq 'aini* (hak materi).

Sehingga untuk mewujudkan asas infiradiyah tersebut, UMKM Barlian Makrame harus menyatakan atau mengumumkan hak milik merek dagang sebagai hasil karyanya dengan cara mendaftarkan merek dagangnya kepada Menteri Hukum dan HAM (Menkumham) melalui DJKI (Direktorat Jenderal

²¹ M.Saiful Anam, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 145.

Kekayaan Intelektual), sehingga kekuasaan atas hak milik merek dagang tersebut tidak dapat diakui atau disalahgunakan oleh orang lain dan dapat terhidar dari segala macam bentuk kerugian.

F. Daftar Pustaka

- Abdullah Abdul Husain At Tariqi, *Ekonomi Islam, Prinsip, Dasar, Dan Tujuan*, Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004
- A. Kadir. *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur.An*. Jakarta: Amzah. 2010
- Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2015
- Dede Jajang Suyaman, *Kewirausahaan Dan Industri Kreatif*, Bandung, Alfabeta, 2015
- Harumi Sujatmiko, *Suatu Pengantar Ekonomi Mikro*, Malang: Setara Press, 2012
- Ismawanto, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Yogyakarta: Lembaga Pendidikan Primagama, 2007
- John W. Creswell. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015
- M. Azrul Tanjung, *Meraih Surga Dengan Berbisnis*, Depok: Gema Insani Press, 2013
- M.Saiful Anam, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007
- Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, Jakarta: Penebar Plus, 2012
- Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012
- Soejono Soekanto. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 1986
- Subekti, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2004
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Pasal 1 ayat (2) Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Pasal 1 ayat (5) Tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Data DJKI (Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual), diakses 20 Nopember 2020
- Arsip UMKM Barlian Makrame
- Wawancara dengan Ketua UMKM Barlian Makrame, Ibu Dwi Barlian (23 Januari 2021)