

**PENGGUNAAN KARYA BERHAK CIPTA PIHAK LAIN
UNTUK TUJUAN IKLAN KOMERSIAL DALAM
HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF
DI KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh:

MUCHAMMAD FAJRUL FALAH
NIM. 1218005

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**PENGGUNAAN KARYA BERHAK CIPTA PIHAK LAIN
UNTUK TUJUAN IKLAN KOMERSIAL DALAM
HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF
DI KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh:

MUCHAMMAD FAJRUL FALAH
NIM. 1218005

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muchammad Fajrul Falah
NIM : 1218005
Judul Skripsi : Penggunaan Karya Berhak Cipta Pihak Lain untuk Tujuan Iklan Komersial dalam Hukum Islam dan Hukum Positif di Kabupaten Pekalongan

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya penulis sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya. Apabila pada kemudian hari skripsi ini ternyata plagiat, penulis bersedia mendapat sanksi akademis yaitu dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini telah dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 14 Juli 2023

Yang menyatakan,


Muchammad Fajrul Falah
NIM. 1218005

NOTA PEMBIMBING

Tarmidzi, M.S.I.

Desa Larikan RT. 06 RW. 02

Kecamatan Doro Kabupaten Pekalongan 51191

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muchammad Fajrul Falah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

c.q. Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

di

Pekalongan

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama : Muchammad Fajrul Falah

NIM : 1218005

Judul Skripsi : Penggunaan Karya Berhak Cipta Pihak Lain untuk Tujuan Iklan Komersial dalam Hukum Islam dan Hukum Positif di Kabupaten Pekalongan

dengan ini mohon agar Skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 18 Juli 2023

Pembimbing,



Tarmidzi, M.S.I.

NITK. 19780222 201608 D1 094



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat Kampus 2: Jl. Pahlawan Km 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Telp. 082329346517
Website: fasya.uingusdur.ac.id | Email: fasya@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, mengesahkan Skripsi atas nama:

Nama : Muchammad Fajrul Falah
NIM : 1218005
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Penggunaan Karya Berhak Cipta Pihak Lain untuk Tujuan Iklan Komersial dalam Hukum Islam dan Hukum Positif di Kabupaten Pekalongan

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 25 Juli 2023 dan dinyatakan **LULUS**, serta telah disesuaikan dengan masukan dan saran dari penguji.

Pengesahan ini digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.).

Pembimbing,

Tarmidzi, M.S.I.

NITK. 19780222 201608 D1 094

Dewan Penguji,

Penguji I

Iwan Zaenul Fuad, M.H.

NIP. 19770607 200604 1 003

Penguji II

Agung Bayok Pratama, M.H.

NIP. 19800327 201903 1 009

Pekalongan, 27 Juli 2023

Disahkan Oleh

Dekan,

Dr. H. Akhmad Jalaludin, M.A.
NIP. 19730622 200003 1 001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam penulisan skripsi ini ialah berdasar pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987, dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 0543 b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang telah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar, pedoman transliterasi tersebut adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini adalah daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin:

No.	Huruf Arab	Nama Latin	Huruf Latin	Keterangan
1.	ا	alif	-	Tidak dilambangkan
2.	ب	ba'	b	-
3.	ت	ta'	t	-
4.	ث	s\`a'	s\`	s dengan titik di atas
5.	ج	jim	j	-
6.	ح	h\`a'	h\`	ha dengan titik di bawah
7.	خ	kha'	kh	-
8.	د	dal	d	-
9.	ذ	z\`al	z\`	zet dengan titik di atas
10.	ر	ra'	r	-
11.	ز	zai	z	-
12.	س	sin	s	-

13.	ش	syin	sy	-
14.	ص	s}ad	s}	es dengan titik di bawah
15.	ض	d}ad	d}	de dengan titik di bawah
16.	ط	t}a	t}	te dengan titik di bawah
17.	ظ	z}a'	z}	zet dengan titik di bawah
18.	ع	'ain	'	koma terbalik di atas
19.	غ	gain	g	-
20.	ف	fa'	f	-
21.	ق	qaf	q	-
22.	ك	kaf	k	-
23.	ل	lam	l	-
24.	م	mim	m	-
25.	ن	nun	n	-
26.	و	waw	w	-
27.	ه	ha'	h	-
28.	ء	hamzah	'	apostrof
29.	ي	ya'	y	-

B. Konsonan Rangkap, termasuk tanda *Syaddah*, ditulis lengkap

أَحْمَدِيَّة : ditulis *Ahmadiyyah*

C. *Ta' Marbutah*

1. Transliterasi *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah, maka ditulis dengan "t" atau "h".

Contoh: زَكَاةَ الْفِطْرِ : *Zakat al-Fitri* atau *Zakah al-Fitri*

2. Transliterasi *ta' marbutah* mati dengan "h".

Contoh: طَلَّحَهُ : *Talbah*

Jika *ta' marbutah* diikuti kata sandang “al” dan bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh: رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Raudhah al-Jannah*

3. Bila dimatikan ditulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia.

جَمَاعَةٌ : ditulis *Jama'ah*

4. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain, ditulis “t”.

نِعْمَةُ اللَّهِ : ditulis *Ni'matullah*

زَكَاةُ الْفِطْرِ : ditulis *Zakat al-Fitri*

D. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau *monoftong*, dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal tunggal/*monoftong*

Vokal ini dalam bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

No.	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	---َ---	fathah	a	a
2.	---ِ---	kasrah	i	i
3.	---ُ---	dammah	u	u

Contoh:

كَتَبَ : *Kataba*

يَذْهَبُ : *Yazhabu*

سُئِلَ : *Su'ila*

ذُكِرَ : *Zukira*

2. Vokal rangkap/*diftong*

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

No.	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	ئِي	fathah dan ya'	ai	a dan i
2.	ئُو	fathah dan waw	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *Kaifa*

حَوْلَ : *Haula*

E. Vokal Panjang

Vokal panjang atau madah yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

No.	Tanda Vokal	Nama	Latin	Nama
1.	اَ	fathah dan alif	ā	a bergaris atas
2.	اِ	fathah dan alif layyinah	ā	a bergaris atas
3.	يِ	kasrah dan ya'	ī	i bergaris atas
4.	وِ	dammah dan waw	ū	u bergaris atas

Contoh:

تُحِبُّونَ : *Tuhibbūna*

الْإِنْسَانَ : *al-Insān*

رَمَى : *Ramā*

قِيلَ : *Qīla*

F. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ : ditulis *a'antum*

مُؤَنَّثٌ : ditulis *mu'annas*

G. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalâlah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*), maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imam al-Bukhâriy mengatakan ...
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan ...
3. *Masyâ'Allah kâna wa mâ lam yasya' lam yakun.*
4. *Billâh 'azza wa jalla*

5. Jika diikuti huruf *qomariyah* ditulis al-

الْقُرْآن : ditulis *al-Qur'an*

6. Bila diikuti huruf *syamsiyah*, huruf “l” diganti dengan huruf *syamsiyah* yang mengikutinya

السَّيِّعَة : ditulis *as-Sayyi'ah*

H. Huruf Ganda (Syaddah atau Tasydid)

Transliterasi *syaddah* atau tasydid dilambangkan dengan huruf yang sama, baik ketika berada di tengah maupun di akhir.

Contoh:

مُحَمَّد : *Muhammad*

الْوُدّ : *al-Wudd*

I. Kata Sandang “Al” (ال)

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qomariyah* dan huruf *syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf “l”.

Contoh:

الْقُرْآن : *al-Qur'an*

السُّنَّة : *al-Sunnah*

J. Huruf Besar (Kapital)

Meskipun dalam sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasi ini disamakan dengan penggunaan bahasa Indonesia yang berpedoman pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) yakni penulisan huruf kapital pada awal kalimat, nama diri, setelah kata sandang “al”, dan lain-lain.

Contoh:

الإمام الغزالي : *al-Imam al-Ghazali*

السَّبْعُ الْمَثَانِ : *al-Sab'u al-Mas'ani*

Penggunaan huruf kapital untuk “Allah” hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya lengkap dan kalau disatukan dengan kata lain, sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ : *Nasrun minallahi*

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا : *Lillahi al-Amr jami'a*

K. Huruf Hamzah

Huruf hamzah ditransliterasikan dengan koma di atas (‘) atau apostrof jika berada di tengah atau di akhir kata. Namun jika hamzah terletak di depan kata, maka hamzah hanya ditransliterasikan harakatnya.

Contoh:

إِحْيَاءُ عُلُومِ الدِّينِ : *Ih}ya’ ‘Ulum al-Din*

L. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fiil (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ : *wa innallāha lahuwa khair al-Rāziqīn*

M. Kata dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

1. Ditulis kata per kata; atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

شَيْخُ الْإِسْلَامِ : ditulis *syaiikh al-Islam* atau *syaiikhul Islam*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa dicurahkan kepada Allah Swt, Tuhan semesta alam atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang dipersembahkan kepada:

1. Allah Swt yang telah memberikan petunjuk, kemudahan, dan kelancaran kepada penulis dalam penyusunan skripsi;
2. Orang tua dan keluarga yang tiada hentinya mendoakan serta mendukung penulis dalam menjalani masa studi dan penyelesaian skripsi, mudah-mudahan Allah Swt senantiasa menjaga, serta memberikan balasan kebaikan dan pahala yang berlimpah kepada mereka;
3. Orang-orang yang telah bersedia memberikan pengajaran, ilmu, kebijaksanaan, dan pengalaman berharga kepada penulis dengan tulus, termasuk kyai, ustadz, guru, dosen serta orang bijak lainnya; dan
4. Teman-teman sedari masa kanak-kanak hingga beranjak dewasa yang telah sudi membersamai penulis dalam mengarungi berbagai situasi kehidupan.

MOTTO

لَا يَحِلُّ مَالُ امْرِئٍ مُسْلِمٍ إِلَّا بِطَيْبِ نَفْسٍ مِنْهُ

“Tidak halal mengambil harta seorang muslim kecuali dengan kerelaan dirinya.”

(H.R. Abu Dawud dan Daruquthni)

“Dua jenis manusia yang tak akan merasa kenyang selama-lamanya ialah pencari ilmu dan pencari harta.”

(Ali bin Abi Thalib)

ABSTRAK

Falah, Muchammad Fajrul. 2023. *Penggunaan Karya Berhak Cipta Pihak Lain untuk Tujuan Iklan Komersial dalam Hukum Islam dan Hukum Positif di Kabupaten Pekalongan*. Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dosen Pembimbing: Tarmidzi, M.S.I.

Karya cipta yang merupakan kreasi dari hasil olah pikir dan kemampuan individu/kelompok, telah mendapat perlindungan hak cipta sejak ciptaan itu sudah dinyatakan dalam bentuk nyata. Dari hasil kreasi ini, tak sedikit ada pihak yang mengambil berikut memanfaatkannya guna kepentingan pribadi, yang dapat berujung timbul kerugian bagi pihak yang bersangkutan. Salah satunya untuk tujuan iklan komersial produk pakaian, seperti yang dilakukan oleh pelaku usaha di Kabupaten Pekalongan. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis dan menyimpulkan tinjauan hukum Islam terhadap penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk kepentingan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan; dan 2) memahami serta menganalisis tinjauan hukum positif terhadap penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk kepentingan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan.

Penelitian ini ialah jenis studi/penelitian lapangan ataupun yuridis sosiologis, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha, sedangkan objeknya ialah bentuk penggunaan karya cipta pihak lain untuk tujuan iklan komersial. Adapun teknik pengumpulan data, dengan menggunakan metode triangulasi meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Lalu teknik analisis data, dengan menggunakan metode deskriptif analitis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, menurut hukum Islam, karya cipta yang masuk dalam hak cipta dipandang sebagai bagian dari harta (*mal*), sehingga atasnya patut mendapatkan perlindungan hukum sebagaimana harta pada umumnya. Asalkan karya yang dimaksud tidak bertentangan dengan syarak, sehingga hal yang dilakukan pelaku usaha telah bertentangan dengan nilai-nilai agama. Jadi, dihukumi haram dan dipandang sebagai suatu tindakan pencurian/pengambilan hak milik pihak lain. Dan dalam hukum positif yang berdasar pada Undang-Undang RI Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, telah melanggar terhadap ketentuan Pasal 5, 8, 9, 40, 54, dan 55, yang berakibat dapat dikenai sanksi sebagaimana Pasal 106 dan 112.

Kata kunci: Hak Cipta, Hukum Islam, Hukum Positif, Iklan Komersial, Karya Cipta

ABSTRACT

Falah, Muchammad Fajrul. 2023. *Use of Other Parties' Copyrighted Works for Commercial Advertising Purposes in Islamic Law and Positive Law in Regency of Pekalongan. Undergraduate Thesis of the Study Program of Sharia Economic Law, Faculty of Sharia, State Islamic University (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Supervisor: Tarmidzi, M.S.I.*

Copyrighted works which are creations from the results of thought and ability of individuals/groups, have received copyright protection since the creation has been declared in a tangible form. From the results of this creation, there are not a few parties who take and use it for personal gain, which can lead to losses for the parties concerned. One of them is for the purpose of commercial advertising of clothing products, as is done by business actors in Regency of Pekalongan. This study aims to: 1) analyze and conclude a review of Islamic law on the use of other parties' copyrighted works for the benefit of commercial advertisements in Regency of Pekalongan; and 2) understand and analyze positive legal reviews of the use of other parties' copyrighted works for the benefit of commercial advertisements in Regency of Pekalongan.

This research is a type of study/field research or sociological juridical, using a qualitative approach. The subjects in this study were business actors, while the objects were the forms of using other parties' copyrighted works for commercial advertising purposes. As for data collection techniques, using the triangulation method includes observation, interviews, and documentation. Then data analysis techniques, using analytical descriptive method.

The results of the research show that, according to Islamic law, works that are included in copyright are seen as part of the property (maal), so that they deserve legal protection as property in general. Provided that the work in question does not conflict with Islamic law, so what they does are contrary to religious values. So, it is considered unlawful and seen as an act of stealing/taking the property of another party. In positive law based on Republic of Indonesia Law Number 28 of 2014 concerning Copyrights, it has violated Articles 5, 8, 9, 40, 54 and 55, which can result in sanctions as Articles 106 and 112.

Keywords: *Copyrights, Islamic Law, Positive Law, Commercial Ads, Copyright Works*

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah Swt, karena atas berkat dan rahmat-Nya, skripsi yang berjudul “Penggunaan Karya Berhak Cipta Pihak Lain untuk Tujuan Iklan Komersial dalam Hukum Islam dan Hukum Positif di Kabupaten Pekalongan” ini telah selesai disusun. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada tahap penyusunan skripsi ini, tak mudah bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
2. Bapak Dr. H. Akhmad Jalaludin, M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta para jajarannya dan stafnya;
3. Bapak Tarmidzi, M.S.I., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan sekaligus dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini;
4. Ibu Dr. Karimatul Khasanah, S.H.I., M.S.I., selaku Sekretaris Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
5. Bapak Dr. H. Mohammad Fateh, M.Ag., selaku dosen wali studi yang telah memberikan nasihat dan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan;
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
7. Segenap sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan pelayanan dengan baik;
8. Para pelaku usaha produk pakaian dan konsumennya di Kabupaten Pekalongan, beserta masyarakat yang telah banyak membantu dalam upaya memperoleh data yang penulis perlukan;

9. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan, baik materiel maupun morel; dan
10. Teman-teman yang telah bersedia membantu dan mendukung penulis dalam masa studi hingga tahap menyelesaikan skripsi ini.

Semoga seluruh dukungan dan upaya yang sudah diberikan kepada penulis menjadi amal saleh, mendapatkan balasan kebaikan dan pahala dari Allah Swt. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi sumbangan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang studi hukum ekonomi syariah, dan hanya kepada Allah Swt penulis memohon serta berserah diri dengan harapan mudah-mudahan niat baik penulis selama ini dapat bermanfaat. *Amin ya Rabbal'alamin.*

Pekalongan, 14 Juli 2023

Penulis,



Muchammad Fajrul Falah

NIM. 1218005

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	xi
MOTTO	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Metode Penelitian	14
G. Sistematika Pembahasan	22
BAB II. TINJAUAN UMUM HAK CIPTA MENURUT HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF SERTA DESKRIPSI PERIKLANAN KOMERSIAL	25
A. Hak Cipta Perspektif Hukum Islam.....	25
1. Definisi Hak dan Hak Milik.....	25
2. Sebab-sebab Timbulnya Hak Milik	27
3. Jenis-jenis Kepemilikan	32
4. Pengertian dan Kedudukan Hak Cipta dalam Islam	34
5. Pandangan Ulama Kontemporer dan Fatwa MUI Seputar Hak Cipta.....	38
6. Jenis Karya Cipta yang Dilindungi Menurut Islam	43
B. Hak Cipta Berdasarkan Hukum Positif	44
1. Deskripsi dan Sejarah Singkat Hak Cipta di Indonesia	44
2. Fungsi, Sifat, dan Tujuan Adanya Hak Cipta	48
3. Prinsip-prinsip dalam Hak Cipta.....	49

4. Hak-hak yang Dilindungi.....	50
5. Pelanggaran Hak Cipta	53
6. Batasan-batasan dalam Hak Cipta	57
7. Perlindungan Hak Cipta.....	60
C. Periklanan Komersial	63
1. Pengertian Iklan	63
2. Fungsi dan Tujuan Iklan	64
BAB III. GAMBARAN UMUM PENGGUNAAN KARYA BERHAK CIPTA PIHAK LAIN UNTUK KEPERLUAN IKLAN KOMERSIAL DI KABUPATEN PEKALONGAN	67
A. Gambaran Umum Kabupaten Pekalongan	67
B. Profil Usaha Komersial	72
C. Bentuk Penggunaan Karya Cipta Pihak Lain untuk Tujuan Iklan Komersial	81
D. Motivasi dan Dampak Penggunaan Karya Cipta Pihak Lain untuk Tujuan Iklan Komersial	89
BAB IV. ANALISIS PENGGUNAAN KARYA BERHAK CIPTA PIHAK LAIN UNTUK TUJUAN IKLAN KOMERSIAL MENURUT HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF DI KABUPATEN PEKALONGAN	101
A. Analisis terhadap Penggunaan Karya Berhak Cipta Pihak Lain untuk Kepentingan Iklan Komersial dalam Tinjauan Hukum Islam	101
B. Analisis Tinjauan Hukum Positif terhadap Penggunaan Karya Berhak Cipta Pihak Lain untuk Kepentingan Iklan Komersial	109
BAB V. PENUTUP.....	114
A. Simpulan.....	114
B. Saran	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk dan Luas Wilayah Per-Kecamatan di Kabupaten Pekalongan Tahun 2021	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Triangulasi Metode	20
Gambar 1.2 Triangulasi Sumber	21
Gambar 3.1 Peta Wilayah Kabupaten Pekalongan	68
Gambar 3.2 Tampilan Ilustrasi Iklan Komersial Produk Pelaku Usaha ZSA	74
Gambar 3.3 Tampilan Ilustrasi Iklan Komersial Produk Pelaku Usaha BPO	75
Gambar 3.4 Tampilan Ilustrasi Iklan Komersial Produk Pelaku Usaha BHR	77
Gambar 3.5 Tampilan Ilustrasi Iklan Komersial Produk Pelaku Usaha WOS	78
Gambar 3.6 Tampilan Ilustrasi Iklan Komersial Produk Pelaku Usaha BAM	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Panduan Wawancara

Lampiran 2: Panduan Observasi

Lampiran 3: Surat Izin Penelitian

Lampiran 4: Transkrip Wawancara

Lampiran 5: Catatan Lapangan

Lampiran 6: Dokumentasi yang Relevan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia selaku salah satu di antara banyak negara kepulauan yang ada di muka bumi, mempunyai bermacam keberagaman seni beserta budayanya yang amat melimpah ruah. Persoalan tersebut sepadan dengan keberagaman suku bangsa, etnis, serta agama yang secara keseutuhan ialah suatu potensi milik negara yang patut dilindungi. Keragaman dalam seni beserta budaya ini merupakan salah satu sumber karya intelektual yang dapat dan sangat penting untuk dijamin oleh peraturan perundang-undangan. Hak kekayaan intelektual bisa digolongkan menjadi dua macam, yakni hak cipta atau biasa dikenal dengan *copyright* termasuk di dalamnya hak terkait, lalu yang kedua merupakan hak atas kekayaan industri atau bisa disebut dengan *industrial property rights*. Hak kekayaan industri ini tergolong atas merek, paten, rahasia dagang, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu, dan penanggulangan praktik persaingan curang.¹

Pertumbuhan pada sektor teknologi informasi dan komunikasi yang tengah berlangsung sekarang bisa mendatangkan berbagai kemudahan bagi semua orang, salah satunya dari kalangan pelaku usaha komersial. Pemanfaatan mengenai perkembangan teknologi dan informasi ini mempunyai bermacam dampak bagi kebanyakan orang, misalnya saja salah satu dari aspek dampak

¹ Riandhani Septian Chandrika dan Raymond Edo Dewanta, “Kajian Kritis Konsep Pembajakan di Bidang Hak Cipta dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam”, *Jurnal RechtIdee* 14, no. 1 (2019): 128, <https://doi.org/10.21107/ri.v14i1.5476>.

baiknya bisa memudahkan bagi manusia dalam melangsungkan transaksi jual beli atau menjalankan usaha/bisnis pada media internet dengan mengandalkan ketercakupan jejaring internet, sehingga dalam hal pemasaran produk bisa jauh lebih mudah sekaligus efisien dibandingkan dengan cara konvensional yang terbilang berbelit. Akan tetapi, apabila dalam hal pemasaran tersebut dibuat dengan iktikad tidak baik, kedepannya bakal menimbulkan suatu dampak yang kurang baik.

Masalah dalam ranah hak cipta adalah situasi yang bisa dikatakan suatu hal yang sulit diterima oleh pembuat atau penerima hak atas suatu karya yang dirancang oleh pencipta untuk didistribusikan atau diumumkan dengan maksud guna melindungi karya tersebut dari segi ekonomi maupun moral. Hal yang termasuk dalam hak ciptaan ialah seperti karya seni, ilmu pengetahuan, serta sastra pun telah dijamin dan dilindungi oleh suatu peraturan perundang-undangan khusus. Menurut peraturan perundang-undangan tersebut, suatu karya yang berhak cipta memiliki hak eksklusif yang melekat pada pihak pencipta maupun pemegang hak ciptanya guna mempublikasikan serta menggandakan ciptaannya.²

Di dalam konsep hak cipta muncul secara otomatis terhadap suatu bentuk ciptaan, konsep tersebut mempunyai makna apabila tatkala suatu karya yang awalnya masih sebatas berbentuk ide untuk selanjutnya dituangkan menjadi suatu karya nyata, bisa dipastikan hak ciptanya telah tersemat pada yang bersangkutan (pencipta maupun penerima hak cipta) secara otomatis dan tidak wajib untuk didaftarkan pada institusi yang mengurus terkait ini terlebih dahulu,

² Khoirul Hidayah, "Hukum HKI Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia" (Malang: UIN Maliki Press, 2012), 42.

dalam persoalan ini pada bagian Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual yang merupakan salah satu departemen dalam Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (Kemenkumham RI) yang secara khusus berwenang mengatur perihal hak kekayaan intelektual termasuk di dalamnya hak cipta. Persoalan yang demikian ini, dalam lingkup hak cipta dapat disebut dengan istilah asas deklaratif, yang artinya proteksi terhadap hak cipta tersebut secara otomatis akan tersemat pada penciptanya sesuai ide atau gagasan yang dimaksud sudah direalisasikan dalam kenyataan yang berbentuk karya atau ciptaan.

Keberadaan hak cipta itu sendiri di negara Indonesia telah ditandai dengan munculnya peraturan perundang-undangan yang secara eksklusif mengakomodasi terkait permasalahan hak cipta, di antaranya UU No. 6 Tahun 1982 lalu dilakukan perbaikan menjadi UU No. 7 Tahun 1987 yang lantas mesti diadakan revisi sebagai akibat secara yuridis atas partisipasi negara Indonesia yang turut ikut pada perjanjian GATT/WTO yang melibatkan berbagai bangsa, yang kemudian disahkannya UU No. 12 Tahun 1997 sebagai aturan baru terkait hak cipta pasca diselenggarakannya perjanjian itu. Kemudian atas dasar perkembangan zaman dan kebutuhan, dilakukan perevisian kembali secara kesinambungan sampai sempat muncul UU No. 19 Tahun 2002 hingga pembaharuan yang mutakhir melahirkan UU No. 28 Tahun 2014 sebagai peraturan perundang-undangan yang mengatur secara khusus perihal hak cipta yang masih diberlakukan hingga kini.

Suatu karya bisa dikatakan berhak cipta dan dapat dijamin serta dilindungi oleh hukum jika telah dalam bentuk nyata terhadap ciptaan itu bisa

disaksikan, dicermati, juga diperhatikan. Akan tetapi, kepastian hukum tidak menjamin ciptaan yang masih berupa gagasan semata. Sementara itu, dalam dunia internasional tercantum pada berbagai konvensi lingkup dunia, di antaranya semacam *Berne Convention* (Konvensi Berne) serta *Universal Copyright Convention* (UCC). Prinsip *automatically protection* atau jika diterjemahkan menjadi perlindungan secara otomatis menjadi dasar dari adanya konsep perlindungan otomatis yang pernah disinggung pada saat Konvensi Berne berlangsung. Atas dasar prinsip tadi, hak cipta mempunyai sifat tidak wajib dalam hal pencatatannya.

Pada suatu bisnis atau usaha pasti diperlukan suatu bentuk strategi secara efektif serta efisien yang dapat menjual barang maupun jasa yang ditawarkan menjadi lekas laku dalam waktu seminim-minimnya. Salah satu bentuk strategi tersebut yang kerap diterapkan oleh pelaku usaha ialah dengan beriklan. Tanpa adanya iklan, pelaku usaha tidak bisa mengharap barang maupun jasa yang ditawarkan dapat dikenal oleh calon konsumen. Oleh sebab itu, iklan ialah upaya yang paling mujarab untuk menarik minat dari calon konsumen. Salah satu maksud membuat iklan adalah menyebarkan informasi dari berbagai macam produk yang ditawarkan serta berupaya menggaet perhatian masyarakat untuk memutuskan beli barang ataupun jasa yang telah diiklankan tadi.³ Salah satu jalan yang bisa diambil oleh pelaku usaha dalam membuat iklan ialah dengan menawarkan produknya dengan cara menyodorkan produk yang akan dijual dalam bentuk tampilan visual yang sebisa mungkin dapat menarik perhatian (*eye catching*) calon konsumen.

³ Kasmir dan Jakfar, "Studi Kelayakan Bisnis" (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), 59.

Persoalannya tidak sedikit, di antara banyak pelaku usaha menginginkan jalan yang instan supaya barang dan jasa yang ditawarkannya cepat laris di pasaran, yakni dengan jalan mengambil karya cipta milik pihak lain yang terlihat bagus untuk dijadikan ilustrasi iklan produknya. Seperti halnya di Kabupaten Pekalongan yang dijumpai terdapat beberapa pelaku usaha yang mengaku pernah dan tengah menggunakan karya cipta dari pihak lain untuk dipakai dalam iklan komersial pada produk miliknya, secara khusus seperti dalam usaha produk busana (pakaian) yang diiklankan lewat media daring, seperti media sosial hingga *e-commerce*.⁴ Hal ini menjadi suatu permasalahan serius bagi pencipta maupun pemegang hak cipta yang karyanya diambil begitu saja. Padahal para kreator pun juga sama-sama mencari penghasilan lewat karya-karya yang telah susah payah diciptakan.

Dalam syariat Islam sendiri khususnya ranah fikih muamalah, persoalan hak cipta termasuk dalam bagian dari hak milik yang tidak terlepas dari persoalan ekonomi (harta). Hal demikian akan terealisasi apabila melalui jalan yang sesuai dan tidak bertentangan dengan batasan ataupun aturan yang sudah Allah Swt tetapkan, yakni melalui cara yang baik dan benar apabila hendak mencari dan memperoleh harta sebagaimana telah ditetapkan oleh syariat.⁵ Allah Swt berfirman dalam QS. *asy-Syu'ara'* ayat 183, sebagaimana berikut:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

⁴ Wawancara pribadi dengan sejumlah pelaku usaha terkait penggunaan karya cipta untuk iklan komersial, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Kabupaten Pekalongan, 7 Agustus 2021.

⁵ Yusuf Qardhawi, "Norma dan Etika Ekonomi Islam", terjemahan Zainal Arifin (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 86.

Artinya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.” (asy-Syu’ara’ [26]: 183)⁶

Terlihat jelas perihal yang sudah dipaparkan di atas bahwa, selaku umat Islam tidak sepatutnya memakan harta sesama secara zalim yang sudah barang tentu dilarang Allah Swt.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang sudah ditulis, menjadikan penulis tertarik guna melangsungkan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat suatu pembahasan yang berjudul “Penggunaan Karya Berhak Cipta Pihak Lain untuk Tujuan Iklan Komersial dalam Hukum Islam dan Hukum Positif di Kabupaten Pekalongan”.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah yang sudah dijabarkan di atas, maka bisa didapatkan rumusan pokok permasalahannya sebagaimana berikut ini:

1. Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk kepentingan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan?
2. Bagaimana pandangan hukum positif terhadap penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk kepentingan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan?

⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, “al-Qur’an dan Terjemahnya”, QS. asy-Syu’ara’ (26): 183, Juz 1-30, Cet. Ke-1 (Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2018).

C. Tujuan Penelitian

Adapun maksud atau tujuan ditulisnya penelitian ini di antaranya terdapat pada poin-poin berikut:

1. menganalisis dan menyimpulkan pandangan hukum Islam terhadap penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk kepentingan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan; dan
2. memahami serta menganalisis pandangan hukum positif terhadap penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk kepentingan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan.

D. Kegunaan Penelitian

Ada pula kegunaan atau manfaat yang diharapkan bisa dicapai dari adanya penulisan penelitian ini yang telah dibagi menjadi dua aspek, di antaranya:

1. Kegunaan Teoretis

Dari sudut pandang hukum Islam khususnya ranah fikih muamalah maupun hukum positif di Indonesia, hasil dari kajian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam perkembangan khazanah keilmuan dan menambah wawasan terkait hak cipta pada karya individu/kelompok pada masa modern seperti saat ini.

2. Kegunaan Praktis

Dari segi praktisnya, diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi salah satu bahan informasi terkait kepekaan terhadap nilai-nilai agama dan hukum yang berlaku di negara dalam berkegiatan usaha komersial pada kehidupan sehari-hari, terutama bagi kalangan pencipta/pemegang hak cipta dan para

pihak yang terlibat dalam penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk tujuan komersial guna kepentingan periklanan produk, juga bagi masyarakat pada umumnya tentang tindakan yang dapat diambil terhadap penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk tujuan periklanan komersial yang dengan deras bertebaran di jejaring sosial maupun internet secara luas.

E. Tinjauan Pustaka

1. Kerangka Teori

Keberadaan sebuah kerangka konseptual serta landasan teoretis berperan penting dan dibutuhkan dalam penulisan kajian yang bertemakan hukum. Pada kerangka dasar (konseptual) tersebut, disebutkan bahwa sejumlah teori serta pengertian akan digunakan sebagai landasan penelitian/kajian hukum.⁷ Berikut ini merupakan sejumlah teori yang akan digunakan sebagai dasar kajian penulisan ini:

- a. Hukum Islam, yakni dalam bahasan kajian ini hanya terkonsentrasi pada bab berbagai macam ketentuan mengenai hak kepemilikan yang berasal dari *nash* seperti al-Qur'an, hadits, serta hasil pemikiran dari kalangan ulama maupun cendekiawan muslim.
- b. Hak cipta, dalam hukum Islam termasuk dalam lingkup *haqq al-maliyyah* (hak kekayaan) yang patut mendapatkan perlindungan hukum (*mashun*) seperti halnya harta kekayaan.
- c. Hak cipta berdasarkan peraturan perundang-undangan mutakhir, yaitu dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 mendefinisikannya sebagai berikut:

⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, "Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat" (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 7.

“Hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.”⁸

- d. Periklanan mempunyai pengertian, yakni penyampaian pesan-pesan penjualan yang sepersuasif mungkin guna menawarkan produk-produk barang maupun jasa dengan biaya minimal.⁹
- e. Penggambaran komersial, bisa didefinisikan sebagai bermacam hal yang mempunyai dampak atau nilai terhadap perekonomian (finansial) atau dengan perkataan lain memiliki nilai lebih, sehingga darinya bisa diambil suatu keuntungan materiel.

2. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Pada bagian ini termuat uraian perihal hasil penelitian dari beberapa penulis terdahulu yang ada kaitannya pada kajian yang akan penulis lakukan, serta disajikan secara sistematis. Adapun hasil penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan persoalan yang akan penulis kaji, antara lain:

Pertama, terdapat sebuah skripsi yang ditulis oleh Ozes Mosleminov, mahasiswa dari Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang berjudul “Perlindungan Hukum terhadap Pemegang Hak Cipta Karya Fotografi pada Iklan di Internet”,¹⁰ mengupas kajian perlindungan hak cipta karya foto dalam iklan yang tayang di internet dengan menggunakan

⁸ Lihat Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

⁹ Frank Jefkins, “Periklanan”, terjemahan Haris Munandar, Ed. 3, Cet. Ke-2 (Jakarta: Erlangga, 1997), 22.

¹⁰ Ozes Mosleminov, “Perlindungan Hukum terhadap Pemegang Hak Cipta Karya Fotografi pada Iklan di Internet”, *Skripsi Sarjana Hukum* (Yogyakarta: Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2013), 89.

tinjauan UU No. 19 Th. 2002 tentang Hak Cipta sebagai bahan kajian hukum sekaligus dari sisi perlindungan hukum bagi pemegang hak ciptanya, sedangkan pada penulis sendiri menggunakan aturan serta tinjauan yang berbeda dari itu, yaitu penulis menggunakan tinjauan menurut hukum Islam beserta UU No. 28 Th 2014 tentang Hak Cipta.

Kedua, ada skripsi yang ditulis oleh Puput Triana, mahasiswi dari Fakultas Syariah IAIN Purwokerto dengan judul “Pandangan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta mengenai Komersialisasi Cover Lagu di YouTube”,¹¹ melakukan penelitian berupa objek yang menjadi masalah ialah harta yang dijamin serta dilindungi oleh undang-undang negara Indonesia, yakni perbuatan komersialisasi terhadap *cover* dari lagu milik orang/pihak lain ialah bentuk perbuatan yang tidak dibolehkan bahkan diharamkan berdasarkan pandangan ulama. Keduanya melanggar peraturan dan melawan hukum, serta sama pula memperoleh sanksi pidana, baik berupa denda maupun *hadd*. Di sini dapat dijumpai suatu perbedaan, diketahui letak perbedaannya dengan apa yang akan penulis kaji ialah pada objek kajiannya. Pada skripsi tersebut mengkaji mengenai penyanyian ulang suatu lagu milik orang/pihak lain untuk keperluan komersial, sedangkan pada penulis mengkaji soal penggunaan karya berupa gambar dan tayangan video untuk kebutuhan iklan komersial.

¹¹ Puput Triana, “Pandangan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta mengenai Komersialisasi Cover Lagu di YouTube”, *Skripsi Sarjana Hukum Ekonomi Syariah* (Purwokerto: Fakultas Syariah IAIN Purwokerto, 2019), 73-74.

Ketiga, terdapat Riandhani Septian Chandrika dan Raymond Edo Dewanta yang menulis sebuah artikel jurnal, dan dipublikasikan dari Jurnal Hukum *RechtIdee* Vol. 14, No. 1 pada bulan Juni 2019 yang berjudul “Kajian Kritis Konsep Pembajakan di Bidang Hak Cipta dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam”,¹² menyatakan bahwa pada hakikatnya istilah pembajakan disamakan dengan pencurian hak cipta milik orang lain yang sepatutnya mesti dijaga dan dihormati supaya tidak memicu kerugian bagi yang bersangkutan. Perbuatan ini dilarang dengan dasar *nash* pada QS. al-Baqarah ayat 188 serta QS. al-Maidah ayat 38. Untuk dasar hukum positifnya terdapat pada UU Hak Cipta dengan aturan sanksi berupa pidana penjara maksimal 10 tahun dan/atau pidana denda paling besar senilai 4 miliar rupiah. Hal yang membedakan dengan yang akan dikaji penulis sendiri ialah lebih (secara spesifik) pada sisi praktis/penggunaan karya berhak cipta, dalam hal ini karya berupa gambar dan tayangan video untuk keperluan iklan komersial.

Keempat, terdapat sebuah kajian berbentuk artikel jurnal yang berjudul “Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam”,¹³ yang ditulis oleh Tarmidzi dan dipublikasikan dari Jurnal Hukum Islam Vol. 15, No. 2 pada bulan Desember 2017. Pada karya ilmiah berupa artikel jurnal tersebut, didapati bahwa berdasarkan pandangan hukum ekonomi Islam, hak cipta merupakan *hak adabi* serta bisa

¹² Riandhani Septian Chandrika dan Raymond Edo Dewanta, “Kajian Kritis Konsep Pembajakan di Bidang Hak Cipta dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam”, 127-149.

¹³ Tarmidzi, “Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam”, *Jurnal Hukum Islam* 15, no. 2 (2017): 224, <https://doi.org/10.28918/jhi.v15i2.1022>.

digolongkan sebagai benda *manqul* (bergerak) yang tak berupa, disebut sesuai tercetus dari buah ide manusia, menjelma berubah menjadi ciptaan. Oleh sebab itu, kemudian hak cipta dipetik manfaatnya, diturunkan dan diperjualbelikan, sehingga secara nyata dan positif hak cipta dipandang masuk dalam golongan harta (*mal*), sedangkan menurut perspektif hukum ekonomi Islam (fikih muamalah) perihal materi dari Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 yang mengatur hak cipta tidaklah dijumpai pertentangan, bahkan sebetulnya pengaturan dan perlindungan hak cipta secara tersendiri didukung oleh syariat agama Islam atas alasan tujuan implementasi dari keberadaan *maqashid al-syariah*. Pemegang hak merasa terlindungi dari adanya peraturan yang sudah dibentuk terhadap karya-karyanya. Di samping hak-hak pemerintah yang harus didapat dari adanya pencurahan hasil suatu pemikiran manusia tersebut dalam wujud harta yang bersifat materi, seperti buku, hak cipta, paten, dan semacamnya. Dari tulisan karya ilmiah tersebut, bagian yang menjadi perbedaannya dengan yang akan dikaji oleh penulis, yakni secara spesifik pada sisi praktisnya, yang berupa penggunaan karya berhak cipta berupa gambar dan tayangan video untuk kebutuhan iklan komersial (memperoleh profit).

Kemudian yang kelima, didapati sebuah laporan penelitian dengan judul “Kajian Yuridis Pembajakan Karya di Bidang Hak Cipta dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta)”,¹⁴ yang ditulis oleh seorang dosen bernama Syufa’at

¹⁴ Syufa’at, “Kajian Yuridis Pembajakan Karya di Bidang Hak Cipta dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta)”, *Laporan Penelitian* (Purwokerto: P3M IAIN Purwokerto, 2016), 50.

dari IAIN Purwokerto. Di dalam tulisannya, telah dipaparkan apabila disandarkan dengan metode *qiyas* dalam syariat Islam, konsep pembajakan pada berbagai karya berhak cipta membuahkan suatu konklusi berupa dihukumi haram terhadap tindakan pembajakan tersebut lantaran dasar hak cipta ini menurut hukum Islam diklasifikasikan dalam kategori *mal* (harta) yang dimiliki oleh seseorang/pihak, dan andai kata hak itu diambil, statusnya dapat disetarakan dengan tindakan mencuri. Berdasarkan ketentuan dari QS. al-Maidah ayat 38, pelaku tindakan membajak hak cipta bisa saja diberikan sanksi berupa *hadd* atau disetarakan hukuman potong tangan menurut hukum Islam. Namun, sebab di negara Indonesia tidak diberlakukan sistem hukum Islam, maka dapat dimasukkan ke bagian *ta'zir*, dalam hal ini pemerintah memiliki wewenang untuk menetapkan sanksinya, pada persoalan ini diatur dalam Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014. Lantas yang membedakan penelitian tersebut dengan kajian yang akan penulis lakukan ialah dari segi praktisnya. Dikatakan dalam penelitian tersebut ditulis hanya sebatas membahas seputar teori dan bentuk sanksinya, sementara pada persoalan yang diteliti oleh penulis mengenai penggunaan karya berhak cipta berupa gambar dan tayangan video untuk kepentingan iklan komersial.

Dengan demikian, meskipun terdapat karya tulis ilmiah yang berisi pembahasan mengenai hak cipta pula, tetapi pada penelitian yang akan diteliti oleh penulis sendiri tentu berbeda dari segi sumber data, sudut pandang, dan tentunya hasil penelitian (fakta) yang akan diperoleh. Hal inilah yang mendorong penulis tertarik lebih jauh mengenai kajian ini.

F. Metode Penelitian

Pada bagian ini, diuraikan suatu metode dalam penelitian yang merupakan unsur yang wajib ada dan berperan guna pengembangan ilmu pengetahuan, sementara metodologi dalam penelitian merupakan pedoman yang berguna bagi para peneliti untuk mempelajari, menganalisis, dan memahami persoalan yang dihadapinya.¹⁵

Agar penelitian ini dapat dipastikan keabsahannya, maka perlu adanya penyusunan secara jelas dan ilmiah. Oleh sebab itu, penulis memakai metode sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini diadakan di beberapa lokasi pelaku usaha yang menggunakan karya berhak cipta pihak lain berupa karya gambar dan tayangan video untuk keperluan iklan komersial yang berada di dalam wilayah Kabupaten Pekalongan. Faktor yang menjadi sebab penulis menentukan lokasi di Kabupaten Pekalongan ini ialah sebab terdapat tidak sedikit pelaku usaha yang melakukan tindakan tersebut, terutama melalui jejaring sosial dan internet secara luas. Selain faktor itu, karena penelitian yang membahas persoalan serupa belum ada di Kabupaten Pekalongan sebelumnya, sehingga perlu adanya pengkajian lebih lanjut supaya masyarakat sekitar mengetahui akan pentingnya (urgensi) hak cipta yang merupakan bagian tak terpisahkan dari konsep hak milik (harta) yang patut dilindungi, terlebih pada era serba digital seperti saat ini sebab arus pertukaran informasi teramat deras tersebarluaskan.

¹⁵ Soerjono Soekanto, "Pengantar Penelitian Hukum" (Jakarta: UI Press, 1989), 7.

2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Mengacu pada jenisnya, penelitian ini termasuk pada penelitian/studi lapangan atau sering disebut dengan istilah *field research* serta masuk klasifikasi yuridis sosiologis lantaran dilaksanakan pada kehidupan nyata atau pada kehidupan sehari-hari.¹⁶ Di sini, penulis melakukan penelitian pada objek langsung dan berinteraksi terhadap sumber data.¹⁷ Kemudian menerapkan pendekatan kualitatif objektif yang dapat dibuktikan secara logis, sesuai dengan situasi yang sebenarnya, untuk menjelaskan realitas secara empiris.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dapat diklasifikasikan menjadi beragam jenis. Untuk lebih jelasnya, penulis paparkan sebagai berikut:

- a. Data primer, yakni sekumpulan data didapatkan dari hasil temuan di lapangan/tempat penelitian secara langsung,¹⁸ perolehannya dapat berwujud risalah hasil dari observasi dan wawancara yang berkaitan pada pokok permasalahan yang dikaji. Dalam hal ini, para pelaku usaha dan para pihak di dalamnya yang turut andil pula.
- b. Data sekunder, ialah unsur pendukung yang diperoleh dari bahan bacaan mengenai teori-teori yang relevan. Lazimnya bersumber dari bahan referensi yang kedua serta dalam wujud sudah selesai dibuat, dan telah diubah oleh pihak lain menjadi bentuk lain semacam buku, artikel,

¹⁶ Mardalis, "Metode Penelitian" (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), 28.

¹⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D" (Bandung: Alfabeta, 2011), 11.

¹⁸ Zainal Asikin Amiruddin, "Pengantar Metode Penelitian Hukum" (Jakarta: Rajawali Press, 2010), 25.

jurnal, dan peraturan perundang-undangan hingga buku-buku fikih, serta juga data-data yang diperoleh dari lembaga/instansi terkait. Data sekunder ini bisa diklasifikasikan menjadi dua atau hingga tiga macam, yaitu data sekunder bahan primer, sekunder, dan tersier.

Sumber data merupakan subjek dari suatu data itu berasal.¹⁹ Sumber data didapat dari buku-buku, penelitian-penelitian sebelumnya, dan karya tulis ilmiah lainnya yang masih ada hubungannya dengan persoalan penelitian yang dijalankan, serta ada pula hasil wawancara dengan informan atau narasumber yang ada di tempat penelitian berlangsung.

4. Subjek, Objek, dan Informan Penelitian

a. Subjek penelitian

Para pelaku usaha komersial menjadi subjek dari kajian ini, khususnya yang menggunakan karya berhak cipta berupa gambar dan tayangan video untuk keperluan iklan komersial yang berada di Kabupaten Pekalongan, beserta para pihak yang terkait di dalamnya.

b. Objek penelitian

Terkait objek dalam penelitian ini yaitu bentuk penggunaan karya berhak cipta berupa gambar dan tayangan video untuk keperluan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan.

c. Informan penelitian

Keberadaan informan menjadi unsur yang tidak terpisahkan dalam suatu penelitian, darinya suatu data penelitian bisa didapat secara absah. Informan juga sekaligus menjadi subjek dalam penelitian, dan

¹⁹ Sumadi Suryabrata, "Metodologi Penelitian" (Jakarta: Rajawali Press, 1992), 26.

suatu keterangan objek penelitian dapat diketahui dan dipahami secara baik olehnya, sehingga peranannya bisa membantu dalam kelancaran pelaksanaan penelitian.²⁰ Lalu menggunakan teknik *purposive sampling* dalam hal pengambilan datanya, yakni suatu pengambilan sampel berdasar seleksi/kriteria khusus. Penulis menentukan kriteria tertentu terlebih dahulu terhadap pihak-pihak yang akan dijadikan sebagai informan. Di sini terdapat informan yang telah terbagi menjadi dua macam, di antaranya:

1) Informan utama

Informan utama yang menjadi pihak inti dalam keterlibatannya pada kajian ini, yaitu pelaku usaha/pihak yang turut ikut dalam penggunaan karya berhak cipta berupa gambar dan tayangan video untuk keperluan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan.

Cara pemungutan sampel untuk menetapkan sampel pelaku usaha yang menggunakan karya hak cipta berupa gambar dan tayangan video untuk keperluan iklan komersial yang terdapat di Kabupaten Pekalongan ialah dengan memakai *purposive sampling*, yang berarti sebuah sampel dipilih menurut kriteria populasi yang telah ditentukan sebelum penulis terjun ke lapangan/tempat penelitian.

Pada penelitian ini, penulis sudah menetapkan kriteria tertentu pada pelaku usaha sebagaimana berikut ini:

²⁰ Burhan Bungin, "Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya" (Jakarta: Kencana Media Group, 2007), 76.

- a) pelaku usaha komersial yang muslim di Kabupaten Pekalongan;
 - b) menjalankan usaha di bidang produk pakaian (busana);
 - c) bukti penggunaan karya berhak cipta pihak lain dalam bentuk nyata; dan
 - d) telah lama dalam kurun waktu lebih dari dua tahun menggunakan karya berhak cipta pihak lain untuk keperluan iklan komersial produk.
- 2) Informan pendukung

Pada penelitian ini, yang termasuk dalam informan pendukung di antaranya pihak-pihak yang mengetahui atau mendapati penggunaan karya berhak cipta berupa gambar dan tayangan video untuk kebutuhan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan, yakni konsumen ataupun orang-orang yang pernah melakukan transaksi atau sekadar menjumpai pada persoalan tersebut dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dalam upaya pengambilan datanya. Informan pendukung mempunyai peranan sebagai pihak konfirmator yang berfungsi untuk memvalidasi perolehan data yang bisa dipercaya dari data yang sebelumnya didapat dari informan utama, sehingga data bisa dianggap absah.

5. Teknik Pengumpulan Data

Supaya data bisa diperoleh secara komprehensif, diperlukan untuk menggunakan suatu teknik kaitannya dalam menghimpun data. Berikut merupakan uraian teknik pengumpulan data yang dipakai akan disajikan di bawah ini:

- a. Observasi, suatu metode yang digunakan dengan tujuan untuk menghimpun data di lapangan melalui cara pengamatan secara langsung terhadap peristiwa yang timbul pada objek penelitian, dan pembuat penelitian mencatat segala sesuatu terhadap apa yang disaksikannya.²¹ Metode tersebut mempunyai banyak fungsi, sederhana dan bisa diadakan tanpa mengeluarkan biaya besar dalam hal pelaksanaan pengumpulan data yang dibutuhkan.²² Penulis melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian, menyaksikan kemudian memelajari fakta-fakta yang ada di lapangan terutama yang bersinggungan dengan penggunaan karya berhak cipta berupa gambar dan tayangan video pihak lain untuk kebutuhan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan.
- b. Wawancara, metode yang satu ini dipakai dalam suatu penelitian guna mendapatkan informasi secara lisan dan untuk meraih tujuan yang telah ditentukan, semisal tanya jawab perihal pokok permasalahan kajian.²³ Pada penelitian ini, penulis mengajukan beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada pihak-pihak yang bisa memberikan data berupa informasi terkait penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk kepentingan iklan komersial di lokasi penelitian.
- c. Dokumentasi, metode yang digunakan berupa kegiatan mencari data terkait persoalan yang berkaitan pada pokok pembahasan penelitian,

²¹ James A. Black dan Dean J. Champion, "Metode dan Masalah Penelitian Sosial", terjemahan E. Koswara, Dira Salam, dan Alfin Ruzhendi (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), 287.

²² Nurul Zuriah, "Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan: Teori dan Aplikasi" (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 173.

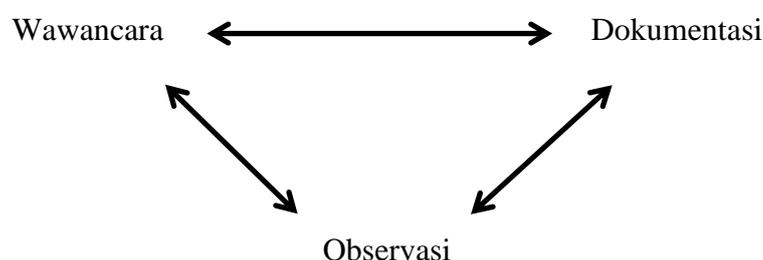
²³ Burhan Ashshofa, "Metode Penelitian Hukum" (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), 95.

data itu dapat berwujud dalam bentuk catatan data lain yang mempunyai sifat dokumenter.²⁴ Bentuk dokumentasi yang dapat dijadikan sebagai acuan penulis untuk menghimpun data ialah seperti dalam bentuk artikel, jurnal, maupun berbagai buku fikih, dan juga peraturan-peraturan hukum yang berkaitan. Selain itu, terdapat pula hasil dokumentasi atau data-data penunjang yang didapat dari instansi/lembaga terkait.

6. Kredibilitas Data

Triangulasi data digunakan sebagai teknik untuk menguji kredibilitas data yang didapat saat melakukan penelitian. Teknik ini berfungsi untuk memeriksa keabsahan data dengan memanfaatkan hal lain di luar data itu untuk kegunaan pengecekan atau pembandingan terhadap data tersebut.²⁵ Pengujian kredibilitas himpunan data pada penelitian ini memakai dua macam teknik triangulasi, meliputi triangulasi metode dan triangulasi sumber yang memiliki tujuan agar data yang diperoleh bisa dikatakan valid (sah).

Gambar 1.1 Triangulasi Metode

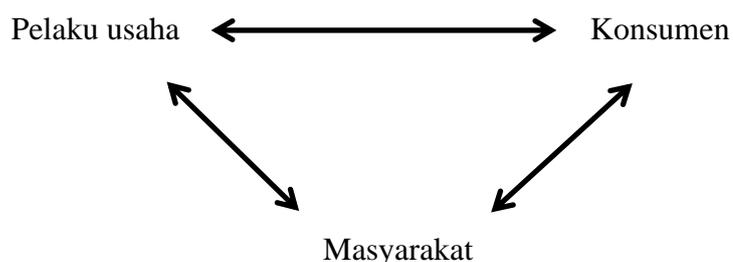


²⁴ Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik" (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 206.

²⁵ Lexy J. Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif", Cet. Ke-22 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 90.

Teknik triangulasi jenis ini dipakai untuk melakukan pengujian terhadap data yang telah diperoleh dari rangkaian proses metode sebelumnya, seperti observasi, wawancara, serta dokumentasi untuk membandingkan hasilnya nanti.²⁶

Gambar 1.2 Triangulasi Sumber



Lalu menggunakan teknik triangulasi sumber yang menerapkan metode pengumpulan data yang sepadan pada tingkatan kepercayaan sejumlah informan yang telah ditetapkan. Pada kajian ini, penulis memeriksa tingkatan keabsahan sumber data dengan cara melakukan wawancara secara intensif kepada beberapa pihak informan berbeda.²⁷

7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu bentuk kegiatan memahami data yang telah dihimpun, dan kemudian mengolahnya menjadi bahan tulisan untuk dapat dilakukan penarikan simpulan. Simpulan tersebut adalah jawaban atas masalah atau pertanyaan yang dikemukakan dalam penelitian. Jawaban tersebut didapat lewat pengumpulan data serta diproses hingga mengeluarkan simpulan.²⁸

²⁶ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", 372.

²⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", 372.

²⁸ Irfan Tamwif, "Metodologi Penelitian" (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), 241.

Data-data yang telah dikumpulkan, dijadikan satu lalu dianalisis dengan menggunakan cara metode deskriptif analitis serta dengan menerapkan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan tentang bermacam sifat, fakta, dan kaitan peristiwa yang dicermati untuk kemudian dilakukan analisis.²⁹ Tujuan dari penggunaan metode satu ini ialah untuk menggambarkan sifat suatu peristiwa yang ada pada saat penelitian berlangsung, lalu menyelidiki sejumlah sebab dari gejala tertentu.³⁰

Penulis menguraikan terlebih dahulu perihal teori umum tentang hak cipta suatu karya di dalam penelitian ini. Lantas mengaitkan dengan data hasil dari penelitian yang dilakukan di lapangan, dan terakhir menarik simpulan dengan melakukan analisis terhadap berbagai data yang ada hubungannya pada persoalan yang dikaji dengan mengaitkan pada teori yang relevan.

G. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar, pokok-pokok pembahasan kajian akan diatur di dalam sistematika pembahasan ini. Hal tersebut berguna untuk memudahkan fokus bahasan dan mendapatkan gambaran penelitian secara keseluruhan. Berikut ini merupakan sistematika pembahasan yang dimaksud, antara lain:

²⁹ M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, "Metodologi Penelitian Kualitatif" (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 307-309.

³⁰ Consuelo G. Sevilla, dkk., "Pengantar Metode Penelitian", terjemahan Alimuddin Tuwu, Cet. Ke-1 (Jakarta: UI Press, 1993), 71.

Bab I, berisi pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian yang dipakai, dan terakhir menyertakan sistematika pembahasan.

Bab II, berisi pemaparan terkait gambaran umum ketentuan hukum Islam dan juga hukum positif dengan menggunakan undang-undang hak cipta pada tahun 2014 terhadap penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk kepentingan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan yang berhubungan dengan pokok penelitian ini, di antaranya yakni konsep umum hak cipta menurut pandangan ulama kontemporer dan fatwa MUI. Kemudian seputar hak milik, sebab timbulnya hak milik, jenis-jenis kepemilikan, kedudukan hak cipta dalam Islam. Lalu disambung dengan konsep hak cipta dalam hukum positif berdasarkan penjabaran undang-undangnya. Kemudian yang terakhir mengenai periklanan komersial.

Bab III, berisi tentang gambaran umum mengenai bentuk penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk keperluan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan, yang meliputi gambaran umum lokasi penelitian yang berada di Kabupaten Pekalongan, sekilas profil pelaku usaha komersial, bentuk penggunaan karya berhak cipta milik pihak lain, serta motivasi dan dampak yang ditimbulkan atas aktivitas (tindakan) tersebut.

Bab IV, memuat analisis hasil (temuan) dari penelitian yang berisi perolehan data penelitian yang didapat, dan ditinjau menurut pandangan hukum Islam beserta hukum positif yang mengacu pada undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014 terkait penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk kepentingan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan.

Bab V, mencakup penutup yang memuat simpulan serta saran-saran yang bersifat konstruktif. Pada bagian ini berisi simpulan yang akan memberi jawaban atas pertanyaan yang terdapat pada poin rumusan masalah yang sudah ditulis di muka, dan disertai pula dengan saran serta masukan bersifat membangun yang dapat ditunjukkan bagi pihak yang berkepentingan atau terkait.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pada pembahasan serta uraian analisis penelitian yang telah penulis sampaikan pada bab sebelumnya mengenai penggunaan karya berhak cipta pihak lain oleh pelaku usaha untuk tujuan iklan komersial dalam kegiatan usahanya menurut hukum Islam dan hukum positif yang terjadi di wilayah Kabupaten Pekalongan, maka didapatkan simpulan sebagai jawaban atas beberapa rumusan masalah yang telah dikemukakan pada bab di muka, di antaranya sebagai berikut:

1. Hukum Islam memandang karya cipta yang masuk dalam hak cipta dipandang sebagai bagian dari harta (*mal*), sehingga atasnya patut mendapatkan perlindungan hukum sebagaimana harta pada umumnya, asalkan karya yang dimaksud tidak bertentangan dengan syarak. Perbuatan yang dilakukan pelaku usaha di Kabupaten Pekalongan, berupa penggunaan untuk diambil manfaatnya atas karya cipta pihak lain tanpa seizinnya, guna kepentingan iklan komersial produk dalam aktivitas usahanya telah bertentangan dengan hukum Islam, dan itu termasuk dalam bentuk suatu kezaliman. Para ulama dan cendekiawan muslim sepakat bahwa, pada intinya perbuatan semacam itu dihukumi haram, dan dipandang sebagai tindakan pencurian/pengambilan hak milik pihak lain. Hal ini didasarkan pada firman Allah Swt dalam QS. an-Nisa' ayat 29 dan QS. al-Baqarah ayat 188, juga hadits Nabi Muhammad Saw dalam HR. Ahmad Nomor 20170.

Bagi pihak yang telah melanggar, dapat dijatuhi hukuman dan dimintai ganti rugi karena telah menimbulkan kerugian bagi pihak lain.

2. Berdasarkan peraturan hak cipta yang tengah berlaku saat ini, yakni Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, telah bertentangan dengan Pasal 5 ayat (1) dan Pasal 8, karena masing-masing telah melanggar hak moral serta ekonomi pencipta/pemegang hak cipta, Pasal 9 ayat (3) mengenai penggunaannya secara komersial. Bentuk karya cipta yang digunakan tanpa izin sesuai Pasal 40 ayat (1) huruf k, l, dan m mengenai objek ciptaan yang dilindungi. Kemudian menurut Pasal 54 dan 55, yang mengatur mengenai karya yang digunakan di media berbasis teknologi, informasi, dan komunikasi. Selanjutnya atas perbuatan pelanggaran hak cipta tersebut, lantas pelaku usaha dapat dijatuhi hukuman, baik hukuman perdata maupun pidana sebagaimana yang termuat dalam Pasal 106 dan 112.

B. Saran

Sehubungan dengan selesainya penulisan skripsi ini beserta penarikan simpulan, terakhir penulis hendak memberikan saran yang bersifat operasional berdasarkan temuan penelitian. Adapun sejumlah saran yang dapat penulis sampaikan terkait pembahasan hak cipta pada aktivitas usaha dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Kepada pihak pelaku usaha, khususnya yang berusaha dengan memanfaatkan ketercakupan teknologi dan internet hendaknya ketika menjalankan usaha untuk dapat memperhatikan norma-norma yang berlaku dalam agama dan negara, serta tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain.

Apabila mau menggunakan barang (karya cipta) kepunyaan pihak lain dalam menunjang usaha, ada baiknya mohon izin terlebih dahulu kepada yang bersangkutan, dan memberikan imbalan/royalti bila untuk tujuan komersial.

2. Kepada konsumen dan masyarakat untuk dapat turut aktif dalam mengawal aktivitas pelanggaran hak cipta yang terjadi di sekitar, terutama dalam kegiatan bisnis *online* yang sering dijangkau.
3. Kepada kementerian terkait dan aparat penegak hukum agar dapat bersinergi dalam menindak segala bentuk pelanggaran hak cipta yang dapat merugikan pihak pencipta/pemegang hak cipta atas suatu karya dengan memberikan hukuman yang dapat menimbulkan efek jera, terkhusus yang dilakukan melalui media elektronik/*online*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmad bin Hanbal. *Musnad al-Imam Ahmad bin Hanbal*. Kairo: Muassanah ar-Risalah, 2001.
- Amiruddin, Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- Anto, M. B. Hendrie. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Arifin, Eva. *Broadcasting: to be Broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Ashshofa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta, 2014.
- Asian Law Group. *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Alumni, 2002.
- Black, James A., dan Dean J. Champion. *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*. Diterjemahkan oleh E. Koswara, Dira Salam, dan Alfin Ruzhendi. Bandung: PT Refika Aditama, 2009.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Media Group, 2007.
- Djumhana, Muhammad, dan R. Djubaedillah. *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- al-Duraini, Fathi. *al-Fiqh al-Islami al-Muqaran Ma'a al-Madzahib*. Damaskus: Maktabah Thurbin, 1980.
- Ghazali, Abdul Rahman. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Ghony, M. Djunaidi, dan Fauzan Almanshur. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Harjowidigdo, Rooseno. *Mengenal Hak Cipta Indonesia Beserta Peraturan Pelaksanaannya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994.
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Hidayah, Khoirul. *Hukum HKI Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*. Malang: UIN Maliki Press, 2012.

- Hutagalung, Sophar Maru. *Hak Cipta Kedudukan dan Peranannya dalam Pembangunan*. Jakarta: Sinar Grafika Timur, 2012.
- Jefkins, Frank. *Periklanan*. Diterjemahkan oleh Haris Munandar, Ed. 3, Cet. Ke-2. Jakarta: Erlangga, 1997.
- Kasmir, dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media Group, 2016.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *al-Qur'an dan Terjemahnya*, Juz 1-30, Cet. Ke-1. Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2018.
- Lindsey, Tim, dkk. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: PT Alumni, 2013.
- Lubis, Suhrawardi K. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Mardalis. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- Mas'adi, Ghuffron A. *Fiqh Muamalah Kontekstual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet. Ke-22. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Muhammad, Abdulkadir. *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Munawwir, Ahmad Warson. *Kamus al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*. Surabaya: Pustaka Progressif, 1997.
- Nurhidayati. *Hak Kekayaan Intelektual dan Perlindungan Konsumen*. Bandar Lampung: Pusaka Media, 2017.
- Purba, Afrillyanna, dkk. *TRIPs-WTO dan Hukum HKI Indonesia: Kajian Perlindungan Hak Cipta Seni Batik Tradisional Indonesia*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2005.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Diterjemahkan oleh Zainal Arifin. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- S., Burhanuddin. *Hukum Bisnis Syariah*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2011.
- Saidin, OK. *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*, Cet. Ke-8. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Saliman, Abdul R. *Hukum Bisnis untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*. Jakarta: Kencana, 2015.

- Sarwat, Ahmad. *Hak Cipta dalam Kajian Fiqih Kontemporer*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018.
- Sevilla, Consuelo G., dkk. *Pengantar Metode Penelitian*. Diterjemahkan oleh Alimuddin Tuwu, Cet. Ke-1. Jakarta: UI Press, 1993.
- ash-Shiddieqy, Teungku Muhammad Hasbi. *Pengantar Fiqh Mu'amalah*. Semarang: PT Pustaka Rizki Putra, 2001.
- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- _____. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 1989.
- Sudaryat, Sudjana, dan Ratna Permata. *Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Oase Media, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Rajawali Pers, 2010.
- Suparmono, Gatot. *Hak Cipta dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press, 1992.
- Sutedi, Adrian. *Hak atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Tamwif, Irfan. *Metodologi Penelitian*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.
- Utomo, Tomi Suryo. *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- al-Zuhaili, Wahbah. *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz IV. Beirut: Daar al-Fikr al-Mu'ashir, 1998.
- Zuriah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.

Jurnal

- Chandrika, Riandhani Septian, dan Raymond Edo Dewanta. "Kajian Kritis Konsep Pembajakan di Bidang Hak Cipta dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam". *Jurnal RechtIdee* 14, no. 1 (2019): 127-149.
<https://doi.org/10.21107/ri.v14i1.5476>.

- Huda, Miftakhul. "Konsep dan Kedudukan Hak Kekayaan Intelektual dalam Hukum Islam". *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam* 1, no. 1 (2020): 35-48.
<https://doi.org/10.2906/salimiya.v1i1.90>.
- Jannah, Maya. "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) dalam Hak Cipta di Indonesia". *Jurnal Ilmiah Advokasi* 6, no. 2 (2018): 55-72.
<https://doi.org/10.36987/jiad.v6i2.250>.
- Maryandi, Yandi. "Sanksi Pelanggaran Hak Cipta Menurut Hukum Pidana Islam dan Hukum Positif di Indonesia". *Tahkim: Jurnal Peradaban dan Hukum Islam* 2, no. 2 (2019): 21-38.
<https://doi.org/10.29313/tahkim.v2i2.5113>.
- Rizal, Fitra. "Nalar Kritis Pelanggaran Hak Cipta dalam Islam". *Al-Manhaj: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam* 2, no. 1 (2020): 1-23.
<https://doi.org/10.37680/almanhaj.v2i1.307>.
- Salma, Saffanah, dkk. "Strategi Pemanfaatan Instagram sebagai Media Periklanan". *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 17, no. 2 (2021): 106-115.
<https://doi.org/10.23960/jbm.v17i2.235>.
- Supeno. "Hak Cipta dalam Perspektif Hukum Islam". *Jurnal Wajah Hukum* 2, no. 1 (2018): 125-137.
<https://doi.org/10.33087/wjh.v2i1.32>.
- Surniandari, Artika. "UU ITE dalam Melindungi Hak Cipta sebagai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI) dari *Cybercrime*". *Jurnal Cakrawala* 16, no. 1 (2016): 1-11.
<https://doi.org/10.31294/jc.v16i1.1276>.
- Sutisna. "Pandangan Hukum Islam terhadap Hak Cipta". *Mizan: Journal of Islamic Law* 5, no. 1 (2021): 1-16.
<https://doi.org/10.32507/mizan.v5i1.927>.
- Tarmidzi. "Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam". *Jurnal Hukum Islam* 15, no. 2 (2017): 201-228.
<https://doi.org/10.28918/jhi.v15i2.1022>.
- Ulfiana, Elita. "Wacana Iklan Komersial Busana Wanita dalam Media Sosial Instagram". *Buana Gender* 3, no. 1 (2018): 37-51.

<https://doi.org/10.22515/bg.v3i1.1303>.

Waluyo, Eddy. "Hari Jadi Kabupaten Pekalongan". *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan* 1, no. 3 (2021): 141-148.

<https://doi.org/10.51878/cendekia.v1i3.331>.

Widyaswari, I Gusti Agung Ayu Widiari, dkk. "Kajian Pengaruh Periklanan Komunikasi Visual melalui Media Sosial terhadap Daya Tarik Konsumen Restoran di Canggu Bali". *Jurnal Nawala Visual* 3, no. 1 (2021): 23-32.

<https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v3i1.162>.

Skripsi dan Hasil Penelitian

Fariyah, Eva. "*Efektivitas Fatwa MUI No. 1 Tahun 2003 tentang Hak Cipta pada Pedagang Muslim yang Memperdagangkan CD, DVD, dan Kaset Bajakan (Studi Kasus di Pasar Sore Kaliwungu)*". Skripsi S.Sy., Semarang: Fakultas Syariah IAIN Walisongo, 2009.

Howyah, Lutifah Usnul. "*Upaya Perlindungan Hukum Hak Cipta di Era Digital (Studi UU No. 28 Tahun 2014 dan Hukum Islam)*". Skripsi SH., Malang: Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim, 2021.

Mosleminov, Ozes. "*Perlindungan Hukum terhadap Pemegang Hak Cipta Karya Fotografi pada Iklan di Internet*". Skripsi SH., Yogyakarta: Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2013.

Pane, Anina Syahwita. "*Hak Cipta sebagai Objek Jaminan Fidusia di Perbankan Syariah*". Skripsi SH., Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2021.

Permana, Ganis Dhenandapinasthi. "*Perlindungan Hak Cipta Potret di Indonesia (Studi Kasus Penggunaan Potret untuk Video Klip Akad Payung Teduh)*". Skripsi SH., Yogyakarta: Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2018.

Sulistyowati. "*Analisis Hukum Islam terhadap Jual Beli Buku Bajakan di Stadion Diponegoro Semarang*". Skripsi SHI., Semarang: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo, 2017.

Syufa'at. "*Kajian Yuridis Pembajakan Karya di Bidang Hak Cipta dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014*

tentang Hak Cipta)”. Laporan Penelitian, Purwokerto: P3M IAIN Purwokerto, 2016.

Triana, Puput. *“Pandangan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta mengenai Komersialisasi Cover Lagu di YouTube”*. Skripsi SH., Purwokerto: Fakultas Syariah IAIN Purwokerto, 2019.

Internet

BPS Kabupaten Pekalongan. “Kabupaten Pekalongan dalam Angka 2022”. Diakses pada tanggal 8 April 2022.

<https://pekalongankab.bps.go.id/publication/2022/02/25/440008c7e43ab66fb1da98ce/kabupaten-pekalongan-dalam-angka-2022.html>.

BPS Kabupaten Pekalongan. “Statistik Daerah Kabupaten Pekalongan 2021”. Diakses pada tanggal 8 April 2022.

<https://pekalongankab.bps.go.id/publication/2021/11/30/76f5f12a08bde09ed943e80c/statistik-daerah-kabupaten-pekalongan-2021.html>.

Lektur ID. “11 Arti Kata Bentuk di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)”. Diakses pada tanggal 10 April 2022.

<https://kbbi.lektur.id/bentuk>.

Lektur ID. “2 Arti Kata Penggunaan di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)”. Diakses pada tanggal 10 April 2022.

<https://kbbi.lektur.id/penggunaan>.

Open Data Kabupaten Pekalongan. “Jumlahh UMKM Menurut Bidang di Kabupaten Pekalongan Tahun 2020”. Diakses pada tanggal 8 April 2022.

https://data.pekalongankab.go.id/en_AU/dataset/jumlah-umkm-menurut-bidang-di-kabupaten-pekalongan-tahun-2020.

Fatwa dan Peraturan Perundang-undangan

Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2003 tentang Hak Cipta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Wawancara

BAM, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Wiradesa Kabupaten Pekalongan, 16 April 2023.

BHR, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Wonopringgo Kabupaten Pekalongan, 13 April 2023.

BPO, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Buaran Kabupaten Pekalongan, 12 April 2023.

Hermanto, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Wonopringgo Kabupaten Pekalongan, 13 April 2023.

Novriansyah, Gilang, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Wonopringgo Kabupaten Pekalongan, 13 April 2023.

Ratnawati, Vita, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Wiradesa Kabupaten Pekalongan, 16 April 2023.

Riyanti, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Wiradesa Kabupaten Pekalongan, 16 April 2023.

Setiawan, Irfan, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Karanganyar Kabupaten Pekalongan, 15 April 2023.

Susilo, Bambang, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Karanganyar Kabupaten Pekalongan, 15 April 2023.

WOS, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Karanganyar Kabupaten Pekalongan, 15 April 2023.

ZSA, diwawancarai oleh Muchammad Fajrul Falah, Tirto Kabupaten Pekalongan, 12 April 2023.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Panduan Wawancara

Peneliti memiliki peran sebagai instrumen pengumpulan data. Pada pengumpulan data tersebut juga digunakan perangkat bantu. Perangkat bantu yang digunakan adalah panduan wawancara (*interview guide*). Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara dengan sejumlah pelaku usaha terkait penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk tujuan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan, dengan kriteria informan/pelaku usaha yang sudah ditentukan sebelumnya. Kemudian terdapat pula sejumlah konsumen atau pembeli produk, dan juga masyarakat yang menjumpai/mengetahui seputar penggunaan karya cipta tersebut untuk selanjutnya diwawancarai, agar informasi dan data yang diperoleh makin lebih kuat dan valid, yang tidak hanya berasal dari satu pihak (sumber), yakni dari pelaku usaha semata. Keduanya memiliki peranan sebagai pemvalidasi data, sehingga data yang sudah diperoleh dapat bersifat objektif.

Adapun daftar pertanyaan yang sudah peneliti siapkan ialah sebagai berikut:

A. Daftar Pertanyaan untuk Pelaku Usaha

1. Sejak kapan Saudara memulai usaha komersial produk pakaian?
2. Kenapa Saudara memilih untuk membuka usaha produk pakaian?
3. Apa saja macam produk pakaian yang dijual oleh Saudara?
4. Dari manakah asal barang/produk Saudara hingga dapat menjualnya?
Memproduksi sendiri atau mendapat pasokan dari pihak lain?
5. Dalam memasarkan produk, bagaimana cara atau langkah yang dilakukan agar produk Saudara dapat diketahui dan menjangkau banyak orang?
6. Di mana sajakah Saudara memasang iklan atau memasarkan produk? Misal lewat *e-commerce*, media sosial, atau media lainnya.
7. Ketika mengiklankan produk, karya berhak cipta berupa gambar ataupun video pendek yang digunakan untuk iklan milik Saudara sendiri atau dari pihak lain? Bila dari pihak lain, bagaimana meminta izinnya untuk digunakan iklan pada produk Saudara?
8. Sejak kapan Saudara menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?

9. Apa saja faktor yang melatarbelakangi Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial?
10. Sudah berapa lama Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan produk Saudara terhitung sejak pertama kali membuka usaha?
11. Dari manakah Saudara memperoleh karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?
12. Bagaimana bentuk dan praktik dari penggunaan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara? Dan apa saja karya cipta yang pernah ataupun sedang digunakan pada produk Saudara?
13. Apa saja dampak yang didapat selama dan setelah menggunakan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara?
14. Apakah konsumen/pembeli produk Saudara menyadari terhadap penggunaan karya berhak cipta ini? Dari situ, apakah Saudara pernah mendapat komplain dari konsumen/pembeli produk Saudara? Barangkali karena gambar pada iklan dan produk sesungguhnya dijumpai perbedaan.
15. Apakah Saudara mengetahui seputar peraturan mengenai hak cipta yang di dalamnya terdapat poin yang mengatur tentang penggunaan karya cipta untuk digunakan pada suatu hal bersifat komersial?
16. Apakah Saudara mengetahui dan pernah mendengar undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014 dan fatwa para ulama, seperti fatwa MUI mengenai hak cipta?
17. Apakah Saudara mengetahui terkait penggunaan karya cipta yang digunakan untuk iklan komersial tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta merupakan suatu perbuatan yang dilarang, baik dari segi hukum positif (yang berlaku secara umum di negara Indonesia saat ini) maupun hukum Islam?

B. Daftar Pertanyaan untuk Konsumen/Pembeli

1. Sudah berapa kali Saudara membeli produk di salah satu/beberapa usaha komersial pakaian itu?

2. Sejak kapan Saudara mulai membeli produk di salah satu/beberapa usaha komersial pakaian itu?
3. Apakah Saudara menyadari jika gambar yang digunakan pada iklan merupakan karya berhak cipta milik pihak lain?
4. Apakah Saudara mempermasalahkan terkait penggunaan karya berhak cipta pada iklan produk?
5. Apakah selama Saudara membeli produknya pernah mengalami masalah? Misal seperti gambar pada iklan berbeda dengan produk sesungguhnya. Jika pernah, apa yang Saudara lakukan?
6. Apakah Saudara mengetahui jika menggunakan karya berhak cipta pihak lain tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta untuk tujuan komersial termasuk iklan ini merupakan pelanggaran hak cipta?
7. Apakah Saudara mengetahui bahwa penggunaan karya cipta yang digunakan untuk suatu hal bersifat komersial termasuk iklan ini diatur dalam suatu peraturan tersendiri yakni pada undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014? Begitu pula diatur dalam fatwa para ulama, seperti fatwa MUI.
8. Apa tanggapan Saudara pribadi mengenai penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk dipakai iklan komersial ini?

C. Daftar Pertanyaan untuk Masyarakat

1. Apakah Saudara pernah membeli suatu produk secara daring?
2. Berapa kali Saudara membeli suatu produk secara daring?
3. Apakah Saudara pernah menjumpai/mengetahui jika gambar yang digunakan untuk beriklan produk merupakan karya berhak cipta milik pihak lain?
4. Apakah Saudara mempermasalahkan terkait penggunaan karya berhak cipta pada iklan produk?
5. Apakah selama Saudara membeli produknya pernah mengalami masalah? Misal seperti gambar pada iklan berbeda dengan produk sesungguhnya. Jika pernah, apa yang Saudara lakukan?

6. Apakah Saudara mengetahui jika menggunakan karya berhak cipta pihak lain tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta untuk tujuan komersial termasuk iklan ini merupakan pelanggaran hak cipta?
7. Apakah Saudara mengetahui bahwa penggunaan karya cipta yang digunakan untuk suatu hal bersifat komersial ini telah diatur secara khusus dalam suatu peraturan yakni pada undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014, dan juga fatwa para ulama, seperti fatwa MUI?
8. Jika Saudara mengetahui dan memahami, hal apa yang bisa Saudara lakukan terkait penggunaan karya berhak cipta tersebut dalam hal mengatasi pelanggaran hak cipta?

Lampiran 2: Panduan Observasi

Observasi merupakan serangkaian proses pengamatan serta pemeriksaan terhadap segala hal yang dapat memberikan informasi secara tepat dan akurat dalam suatu penelitian. Dalam tahapan observasi ini dibutuhkan suatu panduan yang akan mengarahkan peneliti terhadap aspek yang perlu dilakukan secara sistematis. Observasi dilaksanakan dengan terjun langsung ke lapangan yang tujuannya ialah untuk mengumpulkan data dengan cara menanyakan sembari sekaligus melakukan pengamatan secara mendetail sendiri kepada objek yang diteliti. Selama observasi berlangsung, selain mengamati dan bertanya secara intensif, peneliti juga mencatat, kemudian memahami, serta merangkumnya untuk dapat ditarik simpulan tentatif dari observasi yang telah dilaksanakan. Lalu setelah itu, peneliti melakukan tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan guna diuji kecocokan atau kebenarannya. Dan yang terakhir, peneliti membuat simpulan sebagai hasil akhir.

Berikut ini merupakan tahapan observasi yang peneliti laksanakan di antaranya pengamatan aktivitas dan praktik penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk tujuan iklan komersial di Kabupaten Pekalongan yang meliputi:

A. Tujuan Observasi

Untuk memperoleh informasi dan data terhadap penggunaan karya berhak cipta pihak lain, baik dari awal pemakaiannya, asal-usul memperolehnya, maupun dampak setelah menggunakannya.

B. Aspek yang Diobservasi

1. Profil usaha;
2. Awal mula dan durasi penggunaan karya berhak cipta pihak lain;
3. Bentuk penggunaannya;
4. Media yang digunakan untuk beriklan komersial; dan
5. Dampak terhadap kelangsungan usaha serta pasar (konsumen/pembeli).

Lampiran 3: Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.fasya.uingusdur.ac.id email: fasya@uingusdur.ac.id

Nomor : B-684/Un.27/TU.I.1/PP.09/04/2023 11 April 2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Surat Ijin Penelitian Jurusan HES

Yth. Kepada
Kepala Bappeda Kabupaten Pekalongan
di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa:

Nama : Muchammad Fajrul Falah
NIM : 1218005
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah

Adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang akan melakukan penelitian di Lembaga/Wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna menyusun skripsi/tesis dengan judul

"Penggunaan Karya Berhak Cipta Pihak Lain untuk Tujuan Iklan Komersial dalam Hukum Islam dan Hukum Positif di Kabupaten Pekalongan"

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dalam wawancara dan pengumpulan data penelitian dimaksud.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n.Dekan



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh:

Tarmidzi, M.S.I
NIP. 19780222201608D1004
Ketua Program Studi Hukum Ekonomi
Syariah



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan
Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi
Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)
sehingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.



HASIL WAWANCARA

Informan 1.1

Nama informan : Inisial ZSA (Pelaku Usaha)
Alamat : Tirto, Kabupaten Pekalongan
Tanggal dan waktu : 12 April 2023, pukul 09.30 WIB
Pewawancara : Muchammad Fajrul Falah

Pertanyaan untuk Pelaku Usaha

1. Sejak kapan Saudara memulai usaha komersial produk pakaian?
Jawab: Sudah sejak lebih kurang tiga tahun (2020).
2. Kenapa Saudara memilih untuk membuka usaha produk pakaian?
Jawab: Karena potensinya cukup besar, mengingat pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok sehari-hari.
3. Apa saja macam produk pakaian yang dijual oleh Saudara?
Jawab: Ada banyak produk pakaian dengan jenis busana muslim, khususnya seperti kemeja (baju) koko.
4. Dari manakah asal barang/produk Saudara hingga dapat menjualnya?
Memproduksi sendiri atau mendapat pasokan dari pihak lain?
Jawab: Saya meminta pasokan dari orang lain, jadi saya beli secara grosiran dan menjualnya kembali ke konsumen langsung.
5. Dalam memasarkan produk, bagaimana cara atau langkah yang dilakukan agar produk Saudara dapat diketahui dan menjangkau banyak orang?
Jawab: Menjualnya secara *online* dengan bantuan hp/laptop dan internet, alasannya karena lebih praktis dan efektif. Bisa mencakup banyak orang, sehingga mereka jadi mengetahui sekalipun dari jauh.
6. Di mana sajakah Saudara memasang iklan atau memasarkan produk? Misal lewat *e-commerce*, media sosial, atau media lainnya.
Jawab: Yang pasti lebih banyak di *online*, seperti toko *online* Shopee, Tokopedia dan Bukalapak. Selain itu, pasang iklan juga di media sosial seperti Facebook, Instagram dan Tiktok yang populer akhir-akhir ini.

7. Ketika mengiklankan produk, karya berhak cipta berupa gambar ataupun video pendek yang digunakan untuk iklan milik Saudara sendiri atau dari pihak lain? Bila dari pihak lain, bagaimana meminta izinnya untuk digunakan iklan pada produk Saudara?

Jawab: Dapat di internet yang banyak bertebaran. Biasanya tidak izin, karena tidak tahu siapa pemilik aslinya.

8. Sejak kapan Saudara menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Sudah sejak pertama kali membuka usaha ini.

9. Apa saja faktor yang melatarbelakangi Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial?

Jawab: Karena dengan menggunakan yang sudah ada bertebaran di internet jadi lebih gampang dan tidak ribet.

10. Sudah berapa lama Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan produk Saudara terhitung sejak pertama kali membuka usaha?

Jawab: Berarti sudah tiga tahunan kurang lebihnya jika dilihat pertama kali buka usahanya.

11. Dari manakah Saudara memperoleh karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Asalnya dari banyak sumber di internet.

12. Bagaimana bentuk dan praktik dari penggunaan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara? Dan apa saja karya cipta yang pernah ataupun sedang digunakan pada produk Saudara?

Jawab: Awalnya saya dapat *download* dari internet, kemudian sedikit mengeditnya dan memberikan tanda toko jualan saya. Kemudian jika sudah diedit, diunggah di toko *online* saya beserta memberikan deskripsi produk dan harganya. Karyanya biasa berupa foto-foto orang memakai busana muslim kemeja koko.

13. Apa saja dampak yang didapat selama dan setelah menggunakan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Seringnya mendapat dampak yang baik, seperti banyak yang melirik produk saya sampai pembeli memutuskan untuk membeli produknya, sehingga jualan saya ini jadi lekas laku.

14. Apakah konsumen/pembeli produk Saudara menyadari terhadap penggunaan karya berhak cipta ini? Dari situ, apakah Saudara pernah mendapat komplain dari konsumen/pembeli produk Saudara? Barangkali karena gambar pada iklan dan produk sesungguhnya dijumpai perbedaan.

Jawab: Mungkin saja mereka yang pernah membeli produknya, ada yang menyadari atau memang tidak mempedulikan soal hal itu. Pernah dulu ada yang komplain, biasanya yang jadi inti komplainnya adalah soal antara yang kelihatan di foto iklan dan produknya secara langsung dijumpai perbedaan pada warna dan bahan pakaian kemeja kokonya.

15. Apakah Saudara mengetahui seputar peraturan mengenai hak cipta yang di dalamnya terdapat poin yang mengatur tentang penggunaan karya cipta untuk digunakan pada suatu hal bersifat komersial?

Jawab: Mengetahuinya, tapi nggak mendalam untuk memahaminya.

16. Apakah Saudara mengetahui dan pernah mendengar undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014 dan fatwa para ulama, seperti fatwa MUI mengenai hak cipta?

Jawab: Iya, pernah dengar tentang undang-undang itu. Kalau yang fatwa MUI, kurang paham.

17. Apakah Saudara mengetahui terkait penggunaan karya cipta yang digunakan untuk iklan komersial tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta merupakan suatu perbuatan yang dilarang, baik dari segi hukum positif (yang berlaku secara umum di negara Indonesia saat ini) maupun hukum Islam?

Jawab: Kalau dari undang-undangnya tahu, yang dari hukum Islam masih asing.

Informan 1.2

Nama informan : Inisial BPO (Pelaku Usaha)
Alamat : Buaran, Kabupaten Pekalongan
Tanggal dan waktu : 12 April 2023, pukul 10.15 WIB
Pewawancara : Muchammad Fajrul Falah

Pertanyaan untuk Pelaku Usaha

1. Sejak kapan Saudara memulai usaha komersial produk pakaian?
Jawab: Sudah mulai dari tahun 2017.
2. Kenapa Saudara memilih untuk membuka usaha produk pakaian?
Jawab: Sebab ini mempunyai pangsa pasar yang luas, tidak terbatas bagi kalangan tertentu.
3. Apa saja macam produk pakaian yang dijual oleh Saudara?
Jawab: Yang dijual itu produk pakaian dengan rupa banyak motif sarung batik dan disediakan beragam ukuran dari yang ukuran untuk anak-anak sampai ukuran orang dewasa.
4. Dari manakah asal barang/produk Saudara hingga dapat menjualnya?
Memproduksi sendiri atau mendapat pasokan dari pihak lain?
Jawab: Di sini memproduksi sendiri dari mentahannya.
5. Dalam memasarkan produk, bagaimana cara atau langkah yang dilakukan agar produk Saudara dapat diketahui dan menjangkau banyak orang?
Jawab: Diiklankan di internet yang bisa menjangkau banyak orang/konsumen.
6. Di mana sajakah Saudara memasang iklan atau memasarkan produk? Misal lewat *e-commerce*, media sosial, atau media lainnya.
Jawab: Seringnya *online* di media sosial kayak Instagram dan *marketplace* Facebook. Di toko *online* juga biasa pasang iklan, seperti Tokopedia, Lazada dan Shopee.
7. Ketika mengiklankan produk, karya berhak cipta berupa gambar ataupun video pendek yang digunakan untuk iklan milik Saudara sendiri atau dari pihak lain? Bila dari pihak lain, bagaimana meminta izinnya untuk digunakan iklan pada produk Saudara?

Jawab: Bukan punya sendiri. *Download* dari media sosial atau Google, kadang juga dari toko *online*. Tidak izin karena tidak begitu ada masalah.

8. Sejak kapan Saudara menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Mulai dari awal buka usahanya.

9. Apa saja faktor yang melatarbelakangi Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial?

Jawab: Latar belakangnya itu awalnya cari referensi foto produk yang bagus dan bisa terlihat menarik bagi konsumen nantinya.

10. Sudah berapa lama Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan produk Saudara terhitung sejak pertama kali membuka usaha?

Jawab: Sudah cukup lama kalau dilihat sejak awal buka usahanya, ada sekitar enam tahun.

11. Dari manakah Saudara memperoleh karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Dapat dari internet, kayak media sosial dan toko *online* seperti Shopee, Lazada dan Tokopedia.

12. Bagaimana bentuk dan praktik dari penggunaan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara? Dan apa saja karya cipta yang pernah ataupun sedang digunakan pada produk Saudara?

Jawab: Pertama-tama jika sudah dapat foto produknya, lalu saya edit dengan menggunakan aplikasi edit visual yang ada di hp. Kemudian memberikan tulisan-tulisan yang menjelaskan produk pada fotonya tadi dan ada dikasih tulisan kalau produk itu jualan saya. Setelah sudah lewat pengeditan, di-*upload* di toko *online* dan memberikan keterangan produk beserta harga, lalu sudah bisa diiklankan. Yang sering saya pakai yaitu kebanyakan foto-foto orang yang menonjolkan sedang mengenakan sarung batik sesuai barang yang saya jual.

13. Apa saja dampak yang didapat selama dan setelah menggunakan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Saya dapat dampak positifnya, ada orang yang minat untuk membeli produk pada toko saya dan mempunyai kesan baik tersendiri bagi pembeli. Selain itu, banyak orang yang memberikan rekomendasi produk saya ke yang

lain. Jadinya punya *traffic* yang bagus untuk kelangsungan usahanya, pemasukan pun jadi bisa lebih banyak.

14. Apakah konsumen/pembeli produk Saudara menyadari terhadap penggunaan karya berhak cipta ini? Dari situ, apakah Saudara pernah mendapat komplain dari konsumen/pembeli produk Saudara? Barangkali karena gambar pada iklan dan produk sesungguhnya dijumpai perbedaan.

Jawab: Kalau soal itu pembeli menanggapinya berbeda-beda, sebagian ada yang tahu, dan ada juga yang tidak begitu mempersoalkan selagi tidak merugikan mereka. Pernah mendapat komplain, tapi tidak signifikan. Komplainnya soal di perbedaan warna sarungnya, mungkin karena yang ditampilkan di foto ada perbedaan karena sedikit mendapat edit di pewarnaan dan pencahayaan ketimbang produknya jika dilihat secara langsung. Selainnya, saya mendapat respon baik dari para pembeli yang pernah membeli pada produk saya.

15. Apakah Saudara mengetahui seputar peraturan mengenai hak cipta yang di dalamnya terdapat poin yang mengatur tentang penggunaan karya cipta untuk digunakan pada suatu hal bersifat komersial?

Jawab: Soal itu saya cukup tahu, karena ada undang-undangnya. Tapi tidak secara mendalam.

16. Apakah Saudara mengetahui dan pernah mendengar undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014 dan fatwa para ulama, seperti fatwa MUI mengenai hak cipta?

Jawab: Tahu, pernah dulu memperhatikan dikit-dikit. Yang fatwa MUI masih cukup asing.

17. Apakah Saudara mengetahui terkait penggunaan karya cipta yang digunakan untuk iklan komersial tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta merupakan suatu perbuatan yang dilarang, baik dari segi hukum positif (yang berlaku secara umum di negara Indonesia saat ini) maupun hukum Islam?

Jawab: Cukup tahu, tapi kalau yang hukum Islam kurang paham.

Informan 1.3

Nama informan : Inisial BHR (Pelaku Usaha)
Alamat : Wonopringgo, Kabupaten Pekalongan
Tanggal dan waktu : 13 April 2023, pukul 09.00 WIB
Pewawancara : Muchammad Fajrul Falah

Pertanyaan untuk Pelaku Usaha

1. Sejak kapan Saudara memulai usaha komersial produk pakaian?
Jawab: Sejak saat sekitar tahun 2016.
2. Kenapa Saudara memilih untuk membuka usaha produk pakaian?
Jawab: Hal ini dikarenakan usaha yang seperti ini tidak kenal musiman, pasti dibutuhkan oleh masyarakat dalam kondisi apapun.
3. Apa saja macam produk pakaian yang dijual oleh Saudara?
Jawab: Saya jualnya pakaian dengan jenis kemeja batik lengan panjang bermacam motif dengan ukuran khusus laki-laki dewasa.
4. Dari manakah asal barang/produk Saudara hingga dapat menjualnya?
Memproduksi sendiri atau mendapat pasokan dari pihak lain?
Jawab: Saya bikin sendiri, dari memilih bahan-bahan untuk diproduksi hingga memasarkannya/menjualnya.
5. Dalam memasarkan produk, bagaimana cara atau langkah yang dilakukan agar produk Saudara dapat diketahui dan menjangkau banyak orang?
Jawab: Jualnya dengan cara pasang iklan secara *online* atau melalui internet.
6. Di mana sajakah Saudara memasang iklan atau memasarkan produk? Misal lewat *e-commerce*, media sosial, atau media lainnya.
Jawab: Lebih kerap di medsos dan toko *online*, seperti Lazada, *marketplace* Facebook dan *feed* di Instagram.
7. Ketika mengiklankan produk, karya berhak cipta berupa gambar ataupun video pendek yang digunakan untuk iklan milik Saudara sendiri atau dari pihak lain? Bila dari pihak lain, bagaimana meminta izinnya untuk digunakan iklan pada produk Saudara?
Jawab: Mencari kemudian men-*download*-nya dari internet. Selama ini, nggak ada izin ke pihak siapapun, karena setahu saya nggak menjadi persoalan.

8. Sejak kapan Saudara menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Sejak awal mau memasarkan produk secara *online*, sekitar tahun 2016.

9. Apa saja faktor yang melatarbelakangi Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial?

Jawab: Yang jadi sebabnya adalah karena lebih praktis, dan menurut saya bisa mendapatkan banyak minat pembeli sehingga dapat banyak pesanan. Foto produk yang ditampilkan di iklan tentunya jadi menarik.

10. Sudah berapa lama Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan produk Saudara terhitung sejak pertama kali membuka usaha?

Jawab: Sudah ada bertahun-tahun lamanya, terhitung semenjak pertama saya buka usaha produk pakaian ini (tujuh tahun).

11. Dari manakah Saudara memperoleh karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Saya memperolehnya dapat mengunduh dari internet.

12. Bagaimana bentuk dan praktik dari penggunaan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara? Dan apa saja karya cipta yang pernah ataupun sedang digunakan pada produk Saudara?

Jawab: Jika sudah dapat foto produknya, kemudian sedikit saya edit secukupnya seperti menambahkan tanda logo toko saya dan mengedit pewarnaan foto. Jika sudah proses itu, saya siapkan deskripsi produk yang sesuai dan mencantumkan harga tiap produknya untuk kemudian dipasang di akun toko *online* saya dan sudah bisa iklan. Saya seringnya menggunakan gambar atau foto potret orang memakai kemeja batik sebagai sampel, yang nanti produknya saya jual secara *online* ini.

13. Apa saja dampak yang didapat selama dan setelah menggunakan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Dampak yang diperoleh jualannya jadi bisa laku karena menggunakan foto produk yang menarik, ada juga dapat meningkatkan nilai toko *online* saya sehingga pembeli merasa percaya pada produk yang saya jual. Usaha jadi lancar dan bisa mendapat keuntungan yang signifikan.

14. Apakah konsumen/pembeli produk Saudara menyadari terhadap penggunaan karya berhak cipta ini? Dari situ, apakah Saudara pernah mendapat komplain dari konsumen/pembeli produk Saudara? Barangkali karena gambar pada iklan dan produk sesungguhnya dijumpai perbedaan.

Jawab: Tiap pembeli beda-beda dalam menanggapinya. Sebagian dari pembeli ada yang tanya melalui fitur pesan kepada saya menanyakan soal foto produknya apakah asli *real pict* atau foto bukan dari saya. Sebagian lagi, sudah menyadari dan tidak begitu mempermasalahakan asalkan tidak merasa dirugikan. Kalau soal komplain, pernah beberapa kali. Kebanyakan komplain tidak jauh-jauh tentang spesifikasi bahan kemeja batiknya dan dijumpai ada sedikit perbedaan modelnya.

15. Apakah Saudara mengetahui seputar peraturan mengenai hak cipta yang di dalamnya terdapat poin yang mengatur tentang penggunaan karya cipta untuk digunakan pada suatu hal bersifat komersial?

Jawab: Iya, cukup tahu tentang hal itu, ada di peraturannya sendiri.

16. Apakah Saudara mengetahui dan pernah mendengar undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014 dan fatwa para ulama, seperti fatwa MUI mengenai hak cipta?

Jawab: Iya, dulu pernah baca di internet soal undang-undang hak cipta, tapi tidak mendalam, sedangkan kalau Fatwa MUI yang hak cipta juga pernah dengar, tapi kurang tahu isinya.

17. Apakah Saudara mengetahui terkait penggunaan karya cipta yang digunakan untuk iklan komersial tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta merupakan suatu perbuatan yang dilarang, baik dari segi hukum positif (yang berlaku secara umum di negara Indonesia saat ini) maupun hukum Islam?

Jawab: Iya tahu yang undang-undangnya, kalau yang hukum Islam tadi kayak fatwa MUI itu (kurang memahaminya).

Informan 1.4

Nama informan : Inisial WOS (Pelaku Usaha)
Alamat : Karanganyar, Kabupaten Pekalongan
Tanggal dan waktu : 15 April 2023, pukul 09.15 WIB
Pewawancara : Muchammad Fajrul Falah

Pertanyaan untuk Pelaku Usaha

1. Sejak kapan Saudara memulai usaha komersial produk pakaian?
Jawab: Mulai dari kira-kira awal masa pandemi, berarti kurang lebih sejak tahun 2020.
2. Kenapa Saudara memilih untuk membuka usaha produk pakaian?
Jawab: Karena peminatnya sangat banyak, bisa menjangkau ke berbagai tempat. Apalagi dengan memanfaatkan internet.
3. Apa saja macam produk pakaian yang dijual oleh Saudara?
Jawab: Produknya yang saya jual itu berupa pakaian kemeja polos dengan varian banyak warna yang tersedia, dan ukurannya cuma untuk laki-laki dewasa.
4. Dari manakah asal barang/produk Saudara hingga dapat menjualnya? Memproduksi sendiri atau mendapat pasokan dari pihak lain?
Jawab: Dapat suplai dari orang lain, jadi saya menjualnya lagi ke tangan pembeli langsung.
5. Dalam memasarkan produk, bagaimana cara atau langkah yang dilakukan agar produk Saudara dapat diketahui dan menjangkau banyak orang?
Jawab: Memasang iklan dengan bantuan internet di *marketplace*, nanti jika ada pesanan masuk, saya tinggal memprosesnya. Jadi bisa praktis dan tidak mengeluarkan banyak biaya daripada membuka lapak di toko yang bisa keluar biaya lebih banyak.
6. Di mana sajakah Saudara memasang iklan atau memasarkan produk? Misal lewat *e-commerce*, media sosial, atau media lainnya.
Jawab: Di media sosial yang umum dipakai orang-orang, seperti Instagram, Tiktok dan grup-grup Facebook. Ada juga iklan di *e-commerce* semacam toko ijo (Tokopedia), toko oren (Shopee), dan yang umum aja.

7. Ketika mengiklankan produk, karya berhak cipta berupa gambar ataupun video pendek yang digunakan untuk iklan milik Saudara sendiri atau dari pihak lain? Bila dari pihak lain, bagaimana meminta izinnya untuk digunakan iklan pada produk Saudara?

Jawab: Sering *download* yang ada di media sosial dan di *e-commerce*, kayak aplikasi Shopee, Lazada dan Instagram yang gambarnya serupa dengan produk yang saya jual nantinya. Nggak izin ke siapa-siapa, langsung dipakai saja buat iklan.

8. Sejak kapan Saudara menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Dari awal buka usaha pakaian ini.

9. Apa saja faktor yang melatarbelakangi Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial?

Jawab: Faktornya dari awal mau mencari contoh foto produk yang dapat menarik minat bagi pembeli. Selain itu, juga agar bisa mendongkrak jumlah pesanan yang masuk, jadi saya cuma tinggal memprosesnya tanpa perlu susah ambil foto sendiri.

10. Sudah berapa lama Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan produk Saudara terhitung sejak pertama kali membuka usaha?

Jawab: Kurang lebihnya sudah tiga tahun sejak pertama kalinya (membuka usaha) dari jaman pandemi awal-awal.

11. Dari manakah Saudara memperoleh karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Dari sumber media sosial dan *e-commerce* yang umum biasa digunakan, seperti Tokopedia, Shopee dan semacamnya.

12. Bagaimana bentuk dan praktik dari penggunaan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara? Dan apa saja karya cipta yang pernah ataupun sedang digunakan pada produk Saudara?

Jawab: Pertama kalau sudah ada fotonya dari dapat men-*download*, kemudian diedit sewajarnya dan dikasih tulisan nama toko saya di fotonya tadi. Lalu kalau sudah siap, kemudian saya meng-*upload*-nya ke toko *online* saya serta dilengkapi dengan menuliskan spesifikasi produk lengkap dengan warna, model

dan harganya untuk diiklankan secara *online*. Kerapnya yang sudah ataupun sedang digunakan seperti foto potret seorang model yang sedang mengenakan pakaian berupa kemeja yang produknya dijual di toko *online* saya.

13. Apa saja dampak yang didapat selama dan setelah menggunakan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Ada beberapa dampak yang didapat, mulai dari penjualan yang cukup banyak hingga ada nilai plus pada toko *online* saya.

14. Apakah konsumen/pembeli produk Saudara menyadari terhadap penggunaan karya berhak cipta ini? Dari situ, apakah Saudara pernah mendapat komplain dari konsumen/pembeli produk Saudara? Barangkali karena gambar pada iklan dan produk sesungguhnya dijumpai perbedaan.

Jawab: Saya kira memang ada yang menyadari jika dilihat dari respon pembeli soal kemeja yang pernah dibeli dari toko *online* saya. Pembeli pernah ada yang mengajukan komplain karena merasa ada yang beda dengan yang dilihat di foto iklan, dan itu saya rasa hanya soal sudut pandangnya. Tapi tidak begitu menimbulkan permasalahan yang berkepanjangan.

15. Apakah Saudara mengetahui seputar peraturan mengenai hak cipta yang di dalamnya terdapat poin yang mengatur tentang penggunaan karya cipta untuk digunakan pada suatu hal bersifat komersial?

Jawab: Tahu, tapi tidak sampai spesifik keseluruhan.

16. Apakah Saudara mengetahui dan pernah mendengar undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014 dan fatwa para ulama, seperti fatwa MUI mengenai hak cipta?

Jawab: Iya tahu, ada undang-undangnya sendiri. Kalau yang fatwa itu, masih agak asing.

17. Apakah Saudara mengetahui terkait penggunaan karya cipta yang digunakan untuk iklan komersial tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta merupakan suatu perbuatan yang dilarang, baik dari segi hukum positif (yang berlaku secara umum di negara Indonesia saat ini) maupun hukum Islam?

Jawab: Sedikit tahu, tapi tidak sampai ke hal yang komersial. Kalau dari hukum Islam, kurang begitu paham.

Informan 1.5

Nama informan : Inisial BAM (Pelaku Usaha)
Alamat : Wiradesa, Kabupaten Pekalongan
Tanggal dan waktu : 16 April 2023, pukul 09.45 WIB
Pewawancara : Muchammad Fajrul Falah

Pertanyaan untuk Pelaku Usaha

1. Sejak kapan Saudara memulai usaha komersial produk pakaian?
Jawab: Dulu sudah mulai sejak 2016, sudah sekitar tujuh tahunan.
2. Kenapa Saudara memilih untuk membuka usaha produk pakaian?
Jawab: Karena menurut saya usaha semacam pakaian ini punya pasar yang luas dan tak sedikit orang pasti membutuhkannya.
3. Apa saja macam produk pakaian yang dijual oleh Saudara?
Jawab: Saya menjualnya produk fesyen khusus wanita berupa pakaian bermotif batik yang diaplikasikan pada busana wanita, seperti *blouse*, *dress* dan *outer muslimah*.
4. Dari manakah asal barang/produk Saudara hingga dapat menjualnya?
Memproduksi sendiri atau mendapat pasokan dari pihak lain?
Jawab: Awalnya memasok dari pihak lain, kemudian seiring jalannya usaha yang ramai jadi mencoba membuat sendiri sampai sekarang.
5. Dalam memasarkan produk, bagaimana cara atau langkah yang dilakukan agar produk Saudara dapat diketahui dan menjangkau banyak orang?
Jawab: Dipasarkan secara *online* lewat toko *online*.
6. Di mana sajakah Saudara memasang iklan atau memasarkan produk? Misal lewat *e-commerce*, media sosial, atau media lainnya.
Jawab: Ada di banyak tempat, pastinya *online*. Saya memanfaatkan media sosial yang bisa menjangkau banyak orang, kayak Tiktok, *marketplace* dan grup Facebook, ada juga di Instagram. Di toko-toko *online* juga sering, di Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Lazada.
7. Ketika mengiklankan produk, karya berhak cipta berupa gambar ataupun video pendek yang digunakan untuk iklan milik Saudara sendiri atau dari pihak lain?

Bila dari pihak lain, bagaimana meminta izinnnya untuk digunakan iklan pada produk Saudara?

Jawab: Bukan milik sendiri, tapi biasa mengunduh dari milik orang lain yang ada di medsos. Tidak izin, mungkin karena sejauh ini tidak ada apa-apa yang berarti.

8. Sejak kapan Saudara menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Sudah dari dulu awal buka usaha pakaian, dan menjualnya di internet.

9. Apa saja faktor yang melatarbelakangi Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial?

Jawab: Karena menurut saya dengan memakai foto produk yang didapat dari internet, pesanan yang masuk jadi banyak karena foto yang ditampilkan di iklan produk saya terkesan menarik menurut pandangan pembeli.

10. Sudah berapa lama Saudara dalam menggunakan karya berhak cipta untuk digunakan iklan produk Saudara terhitung sejak pertama kali membuka usaha?

Jawab: Pertama kali sudah sejak awal buka usaha, sudah tujuh tahunan.

11. Dari manakah Saudara memperoleh karya berhak cipta untuk digunakan iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Dapat dari hasil *download* dan mencari di internet, dan medsos kayak dari *feed* Instagram dan *marketplace* Facebook.

12. Bagaimana bentuk dan praktik dari penggunaan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara? Dan apa saja karya cipta yang pernah ataupun sedang digunakan pada produk Saudara?

Jawab: Saya melakukan pengeditan dan menambahkan efek yang bisa menarik minat pembeli di karyanya untuk dijadikan contoh jualan saya ketika sudah dapat foto ataupun video yang diinginkan dari internet ataupun medsos. Setelahnya, saya menyiapkan deskripsi segala kelengkapan produk, mulai dari model, warna dan harga maupun promonya. Jika semua sudah siap, saya tinggal memasangnya di berbagai akun toko *online* milik saya untuk diiklankan secara *online*. Saya tinggal menunggu dan kemudian memproses pesanan jika ada pembeli yang hendak memesan pada produk saya. Untuk karyanya bisa bermacam-macam, ada berupa foto dan video pendek yang intinya masih

nyambung dengan produk yang saya jual nantinya, kayak orang sedang menggunakan *dress* bermotif batik dan model lainnya.

13. Apa saja dampak yang didapat selama dan setelah menggunakan karya berhak cipta untuk iklan komersial pada produk Saudara?

Jawab: Dampak yang saya peroleh ada plus dan minusnya. Kalau dari sisi plusnya, usaha jualan saya bisa dapat banyak pesanan dan interaksi yang cukup bagus. Sementara kalau dari sisi minusnya, kadangkala saya mendapat tanggapan kurang bagus dari pembeli karena produk yang ada di iklan dengan yang orang beli ada perbedaan dari spesifikasi, seperti dari segi warna, detail corak, bahan dan ketahanan produknya.

14. Apakah konsumen/pembeli produk Saudara menyadari terhadap penggunaan karya berhak cipta ini? Dari situ, apakah Saudara pernah mendapat komplain dari konsumen/pembeli produk Saudara? Barangkali karena gambar pada iklan dan produk sesungguhnya dijumpai perbedaan.

Jawab: Jika dilihat dari tanggapan pembeli, saya rasa mereka tahu soal itu, dan ada yang menanyakan tentang foto *real pict* untuk dikasih lihat kepada pembeli. Komplain pernah beberapa kali mendapatkannya, yang komplain biasanya seputar detail motif pada *dress* batiknya yang kurang jelas dan ditemukan ada beda warnanya.

15. Apakah Saudara mengetahui seputar peraturan mengenai hak cipta yang di dalamnya terdapat poin yang mengatur tentang penggunaan karya cipta untuk digunakan pada suatu hal bersifat komersial?

Jawab: Kurang lebihnya mengetahui, tapi tidak begitu memperhatikan sampai ke dalamnya.

16. Apakah Saudara mengetahui dan pernah mendengar undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014 dan fatwa para ulama, seperti fatwa MUI mengenai hak cipta?

Jawab: Pernah dengar ada undang-undangnya, tapi tidak memperhatikan ada di tahun berapa. Yang fatwa itu, kedengarannya kurang tahu ada yang hak cipta.

17. Apakah Saudara mengetahui terkait penggunaan karya cipta yang digunakan untuk iklan komersial tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta merupakan

suatu perbuatan yang dilarang, baik dari segi hukum positif (yang berlaku secara umum di negara Indonesia saat ini) maupun hukum Islam?

Jawab: Sedikit aja yang diketahui, tidak sampai ke persoalan komersial begitu. Yang dari hukum Islam, masih sedikit asing.

HASIL WAWANCARA

Informan 2.1

Nama informan : Gilang Novriansyah (Konsumen/Pembeli)

Alamat : Wonopringgo, Kabupaten Pekalongan

Tanggal dan waktu : 13 April 2023, pukul 09.50 WIB

Pewawancara : Muchammad Fajrul Falah

Pertanyaan untuk Konsumen/Pembeli

1. Sudah berapa kali Saudara membeli produk di salah satu/beberapa usaha komersial pakaian itu?

Jawab: Sudah sekitar tiga kali.

2. Sejak kapan Saudara mulai membeli produk di salah satu/beberapa usaha komersial pakaian itu?

Jawab: Dari tiga tahun lalu (2020).

3. Apakah Saudara menyadari jika gambar yang digunakan pada iklan merupakan karya berhak cipta milik pihak lain?

Jawab: Iya, saya tahu kalau itu bukan *real pict* atau dari foto orang lain.

4. Apakah Saudara mempermasalahkan terkait penggunaan karya berhak cipta pada iklan produk?

Jawab: Saya tidak begitu mempermasalahkan, selagi saya tidak dirugikan dengan keadaan produk yang cacat semisal sobek atau ukuran tidak sesuai. Lagi pula juga, ada harga, ada kualitas produk yang didapat. Karena nilainya relatif terjangkau bagi saya.

5. Apakah selama Saudara membeli produknya pernah mengalami masalah? Misal seperti gambar pada iklan berbeda dengan produk sesungguhnya. Jika pernah, apa yang Saudara lakukan?

Jawab: Sejauh ini pernah beberapa kali. Jika masalah yang saya jumpai termasuk merugikan semisal beda ukuran, saya minta *return* ke penjualnya. Tapi kalau masalah kecil, seperti sedikit beda warna, saya nggak mempermasalahkan dan nggak komplain ke penjualnya.

6. Apakah Saudara mengetahui jika menggunakan karya berhak cipta pihak lain tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta untuk tujuan komersial termasuk iklan ini merupakan pelanggaran hak cipta?

Jawab: Iya sedikit mengetahuinya.

7. Apakah Saudara mengetahui bahwa penggunaan karya cipta yang digunakan untuk suatu hal bersifat komersial termasuk iklan ini diatur dalam suatu peraturan tersendiri yakni pada undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014? Begitu pula diatur dalam fatwa para ulama, seperti fatwa MUI.

Jawab: Saya sedikit tahu terkait undang-undangnya. Kalau yang fatwa itu saya merasa masih asing, karena jarang ada yang menyinggungnya.

8. Apa tanggapan Saudara pribadi mengenai penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk dipakai iklan komersial ini?

Jawab: Menurut saya, cukup disayangkan jika dari pelaku usaha menggunakan karya cipta milik orang lain, apalagi tidak ada izin dulu pada yang punya. Selain itu, kadang bisa menimbulkan respon kurang baik dari konsumen jika terjadi suatu permasalahan karena ada beda antara produk yang ditampilkan di iklan dan wujud asli produknya secara langsung.

Informan 2.2

Nama informan : Bambang Susilo (Konsumen/Pembeli)

Alamat : Karanganyar, Kabupaten Pekalongan

Tanggal dan waktu : 15 April 2023, pukul 10.10 WIB

Pewawancara : Muchammad Fajrul Falah

Pertanyaan untuk Konsumen/Pembeli

1. Sudah berapa kali Saudara membeli produk di salah satu/beberapa usaha komersial pakaian itu?

Jawab: Kalau tidak salah ingat, sudah dua kali.

2. Sejak kapan Saudara mulai membeli produk di salah satu/beberapa usaha komersial pakaian itu?

Jawab: Sejak dua tahun terakhir (2021).

3. Apakah Saudara menyadari jika gambar yang digunakan pada iklan merupakan karya berhak cipta milik pihak lain?

Jawab: Saya sadar jika yang ditampilkan di iklan bukan foto dari orang yang jual, atau didapat dari karya pihak lain.

4. Apakah Saudara memperlakukan terkait penggunaan karya berhak cipta pada iklan produk?

Jawab: Soal itu, bukan jadi masalah yang berarti. Karena yang penting produk sesuai dengan yang ada di gambar iklan, jika ada sedikit perbedaan warna misalnya, saya bisa memaklumi.

5. Apakah selama Saudara membeli produknya pernah mengalami masalah? Misal seperti gambar pada iklan berbeda dengan produk sesungguhnya. Jika pernah, apa yang Saudara lakukan?

Jawab: Dulu pernah, sekali. Saya menemukan produk yang dibeli ada beda model dengan yang ditampilkan di iklan, yang seharusnya beli model katakanlah A, malah yang datang model sebut saja B. Akhirnya saya ajukan komplain ke penjual dan mendapat ganti yang sesuai.

6. Apakah Saudara mengetahui jika menggunakan karya berhak cipta pihak lain tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta untuk tujuan komersial termasuk iklan ini merupakan pelanggaran hak cipta?

Jawab: Saya hanya tahu sedikit-sedikit soal itu.

7. Apakah Saudara mengetahui bahwa penggunaan karya cipta yang digunakan untuk suatu hal bersifat komersial termasuk iklan ini diatur dalam suatu peraturan tersendiri yakni pada undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014? Begitu pula diatur dalam fatwa para ulama, seperti fatwa MUI.

Jawab: Iya pernah dengar sudah diatur dalam undang-undang khususnya. Kemudian terkait fatwa hak ciptanya dari MUI belum tahu sebelumnya.

8. Apa tanggapan Saudara pribadi mengenai penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk dipakai iklan komersial ini?

Jawab: Tanggapan saya pribadi, mungkin karena pelaku usahanya belum bisa memfoto produknya dengan baik, sehingga lebih memilih untuk menggunakan karya cipta punya pihak lain. Tapi memang bagaimanapun jika tidak dibarengi dengan izin dari yang memilikinya, jadi kesannya kurang baik dan bisa merugikan, lebih-lebih jika foto produk yang ada di iklan dengan wujud produknya langsung dijumpai ketidaksamaan, seperti perbedaan motif sampai detail bahannya.

Informan 2.3

Nama informan : Riyanti (Konsumen/Pembeli)

Alamat : Wiradesa, Kabupaten Pekalongan

Tanggal dan waktu : 16 April 2023, pukul 10.20 WIB

Pewawancara : Muchammad Fajrul Falah

Pertanyaan untuk Konsumen/Pembeli

1. Sudah berapa kali Saudara membeli produk di salah satu/beberapa usaha komersial pakaian itu?

Jawab: Mungkin kalau nggak salah, tiga kali ini.

2. Sejak kapan Saudara mulai membeli produk di salah satu/beberapa usaha komersial pakaian itu?

Jawab: Sudah sejak cukup lama, sekitar tahun 2019.

3. Apakah Saudara menyadari jika gambar yang digunakan pada iklan merupakan karya berhak cipta milik pihak lain?

Jawab: Mengetahuinya, jika gambar atau foto yang ada di iklan bukan dari yang jual, melainkan dari orang lain.

4. Apakah Saudara mempermasalahkan terkait penggunaan karya berhak cipta pada iklan produk?

Jawab: Tidak terlalu memusingkan asalkan saya sebagai pembeli tidak dirugikan oleh penjualnya. Jika pun produk yang diterima ada perbedaan dengan yang ada di iklan, saya masih bisa komplain atau minta *refund*.

5. Apakah selama Saudara membeli produknya pernah mengalami masalah? Misal seperti gambar pada iklan berbeda dengan produk sesungguhnya. Jika pernah, apa yang Saudara lakukan?

Jawab: Pernah, tapi nggak sering, mungkin pas sedang apes. Waktu itu, saya menjumpai barang yang dibeli ada beda motif. Jika itu terjadi, sama seperti sebelumnya, saya minta dikembalikan uangnya atau diganti barang.

6. Apakah Saudara mengetahui jika menggunakan karya berhak cipta pihak lain tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta untuk tujuan komersial termasuk iklan ini merupakan pelanggaran hak cipta?

Jawab: Tahu, saya rasa sudah diatur dalam aturan atau UU khusus hak cipta.

7. Apakah Saudara mengetahui bahwa penggunaan karya cipta yang digunakan untuk suatu hal bersifat komersial termasuk iklan ini diatur dalam suatu peraturan tersendiri yakni pada undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014? Begitu pula diatur dalam fatwa para ulama, seperti fatwa MUI.

Jawab: Untuk yang undang-undang itu saya sedikit mengetahuinya, tapi kalau soal di fatwa MUI saya belum begitu tahu perihal fatwa hak ciptanya.

8. Apa tanggapan Saudara pribadi mengenai penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk dipakai iklan komersial ini?

Jawab: Pendapat saya sendiri, hal seperti itu cukup berisiko jika dilakukan tidak dengan izin dari pencipta/yang punya, karena sudah diatur dalam UU khusus hak cipta. Pencipta karyanya bisa saja menuntut jika keberatan dengan kondisi seperti itu. Kalau saya selaku dari sisi pembeli, bisa saja melakukan komplain ke penjualnya jika memang didapati produk yang datang tidak sesuai dengan yang ada di iklan, karena penjual tidak menggunakan foto asli miliknya untuk ditampilkan di iklan.

HASIL WAWANCARA

Informan 3.1

Nama informan : Hermanto (Masyarakat)
Alamat : Wonopringgo, Kabupaten Pekalongan
Tanggal dan waktu : 13 April 2023, pukul 10.30 WIB
Pewawancara : Muchammad Fajrul Falah

Pertanyaan untuk Masyarakat

1. Apakah Saudara pernah membeli suatu produk secara daring?
Jawab: Pernah, cukup sering karena kepraktisannya dan kehematannya.
2. Berapa kali Saudara membeli suatu produk secara daring?
Jawab: Rata-rata lebih dari dua kali dalam sebulan.
3. Apakah Saudara pernah menjumpai/mengetahui jika gambar yang digunakan untuk beriklan produk merupakan karya berhak cipta milik pihak lain?
Jawab: Tahu, pernah menjumpai penjual yang menggunakan foto untuk iklan bukan miliknya sendiri, mungkin dari pihak lain itu.
4. Apakah Saudara mempermasalahkan terkait penggunaan karya berhak cipta pada iklan produk?
Jawab: Itu bukan jadi masalah, yang penting dari penjual sudah memberikan *disclaimer* pada deskripsi produknya, kalau foto yang ada di iklan bukan foto langsung dari produknya. Dan saya sebagai pembeli tidak dirugikan.
5. Apakah selama Saudara membeli produknya pernah mengalami masalah? Misal seperti gambar pada iklan berbeda dengan produk sesungguhnya. Jika pernah, apa yang Saudara lakukan?
Jawab: Pernah mengalami satu permasalahan. Jadi waktu saya beli itu, mendapati barang yang saya terima ada perbedaan pada detailnya, yaitu berupa motif yang tidak timbul pada produk pakaian yang telah saya beli secara *online*, yang seharusnya ada timbul sesuai dengan di foto iklannya. Ini bisa menimbulkan kerugian bagi pembeli, pada akhirnya saya minta untuk diganti kepada penjualnya.

6. Apakah Saudara mengetahui jika menggunakan karya berhak cipta pihak lain tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta untuk tujuan komersial termasuk iklan ini merupakan pelanggaran hak cipta?

Jawab: Iya, saya sedikit mengetahui soal itu. Ada diatur dalam undang-undangnya.

7. Apakah Saudara mengetahui bahwa penggunaan karya cipta yang digunakan untuk suatu hal bersifat komersial ini telah diatur secara khusus dalam suatu peraturan yakni pada undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014, dan juga fatwa para ulama, seperti fatwa MUI?

Jawab: Iya, kurang lebih cukup tahu soal peraturan mengenai penggunaan karya berhak cipta. Kalau soal isi undang-undangnya secara rinci, saya belum baca mendalam. Yang fatwa itu, masih merasa cukup asing di telinga saya karena jarang yang membahas.

8. Jika Saudara mengetahui dan memahami, hal apa yang bisa Saudara lakukan terkait penggunaan karya berhak cipta tersebut dalam hal mengatasi pelanggaran hak cipta?

Jawab: Kalau kata saya pribadi, misal pada karya foto ada baiknya menambahkan semacam tanda pada karya ciptanya bahwa itu ada pemiliknya dan tidak bisa digunakan secara sembarangan, terlebih dipakai untuk keperluan mencari keuntungan pribadi.

Informan 3.2

Nama informan : Irfan Setiawan (Masyarakat)
Alamat : Karanganyar, Kabupaten Pekalongan
Tanggal dan waktu : 15 April 2023, pukul 11.00 WIB
Pewawancara : Muchammad Fajrul Falah

Pertanyaan untuk Masyarakat

1. Apakah Saudara pernah membeli suatu produk secara daring?

Jawab: Iya sudah pernah, bisa dibilang hampir tiap kebutuhan sehari-hari belinya secara *online*.

2. Berapa kali Saudara membeli suatu produk secara daring?

Jawab: Sekitar kurang lebih tiga hingga empat kali tiap bulannya.

3. Apakah Saudara pernah menjumpai/mengetahui jika gambar yang digunakan untuk beriklan produk merupakan karya berhak cipta milik pihak lain?

Jawab: Beberapa kali saya jumpai, saya bisa tahu karena dari tampilannya di iklan cukup beda dengan barang sesungguhnya.

4. Apakah Saudara mempermasalahkan terkait penggunaan karya berhak cipta pada iklan produk?

Jawab: Selagi pembelinya tidak merasa dirugikan oleh penjual atas produk yang telah dibeli, saya tidak mempermasalahkan.

5. Apakah selama Saudara membeli produknya pernah mengalami masalah? Misal seperti gambar pada iklan berbeda dengan produk sesungguhnya. Jika pernah, apa yang Saudara lakukan?

Jawab: Sudah pernah meskipun nggak begitu sering. Ya, biasanya masalah yang saya alami terkait ada yang beda antara foto iklan dan kondisi langsung barangnya, di antaranya pernah saya jumpai soal warna yang berbeda. Kalau kondisinya hanya sedikit beda warna, saya nggak ajukan *refund* ataupun tukar barang yang sesuai foto iklan, bisa sedikit memaklumi. Tapi kalau masalahnya cukup besar, saya langsung ajukan komplain ke penjualnya, bisa berupa minta *return* dan ganti barang.

6. Apakah Saudara mengetahui jika menggunakan karya berhak cipta pihak lain tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta untuk tujuan komersial termasuk iklan ini merupakan pelanggaran hak cipta?

Jawab: Iya, mengetahuinya. Tapi agak nggak mengikuti secara mendetail soal peraturannya.

7. Apakah Saudara mengetahui bahwa penggunaan karya cipta yang digunakan untuk suatu hal bersifat komersial ini telah diatur secara khusus dalam suatu peraturan yakni pada undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014, dan juga fatwa para ulama, seperti fatwa MUI?

Jawab: Masih sedikit yang saya tahu detail tentang peraturan hak cipta. Apalagi mengenai fatwa MUI tentang hak cipta itu, belum pernah cari tahu dan baca.

8. Jika Saudara mengetahui dan memahami, hal apa yang bisa Saudara lakukan terkait penggunaan karya berhak cipta tersebut dalam hal mengatasi pelanggaran hak cipta?

Jawab: Pandangan saya, nggak sepatutnya menggunakan karya cipta pihak lain yang dipakai untuk tujuan komersial tanpa meminta izin dahulu ke yang punya, terlebih tidak memberikan apresiasi berupa komisi. Dan nggak mengikuti langkah-langkah serupa yang bisa merugikan pihak lain dengan menggunakan karyanya untuk digunakan dalam hal komersial.

Informan 3.3

Nama informan : Vita Ratnawati (Masyarakat)

Alamat : Wiradesa, Kabupaten Pekalongan

Tanggal dan waktu : 16 April 2023, pukul 11.15 WIB

Pewawancara : Muchammad Fajrul Falah

Pertanyaan untuk Masyarakat

1. Apakah Saudara pernah membeli suatu produk secara daring?

Jawab: Pernah beberapa kali.

2. Berapa kali Saudara membeli suatu produk secara daring?

Jawab: Satu/dua kali dalam sebulan, tapi nggak mesti beli dalam sebulannya.

3. Apakah Saudara pernah menjumpai/mengetahui jika gambar yang digunakan untuk beriklan produk merupakan karya berhak cipta milik pihak lain?

Jawab: Sudah pernah saat saya mau beli suatu produk. Saya mengetahuinya ketika saat membeli suatu barang antara foto di iklan dan produk yang datang dijumpai sedikit perbedaan. Saya juga pernah tanya kepada penjualnya terkait gambar barang yang ditampilkan di iklan merupakan bukan foto langsung dari produknya, melainkan dapat dari orang lain.

4. Apakah Saudara memperlakukan terkait penggunaan karya berhak cipta pada iklan produk?

Jawab: Saya nggak masalah, asalkan nggak dirugikan ketika sudah beli produknya, misal produk yang dibeli dalam kondisi baik dan nggak dijumpai cacat.

5. Apakah selama Saudara membeli produknya pernah mengalami masalah? Misal seperti gambar pada iklan berbeda dengan produk sesungguhnya. Jika pernah, apa yang Saudara lakukan?

Jawab: Iya pernah beberapa kali kejadian. Betul, lebih seringnya soal beda kondisi barang yang sesungguhnya dengan yang ada di foto iklan, seperti dijumpai detail bahan dan corak yang berbeda. Kalau sudah terjadi yang semacam itu, saya ajukan komplain disertai dengan bukti foto dan video barang yang bermasalah itu, dan langsung ditindaklanjuti oleh penjualnya.

6. Apakah Saudara mengetahui jika menggunakan karya berhak cipta pihak lain tanpa seizin pencipta/pemegang hak cipta untuk tujuan komersial termasuk iklan ini merupakan pelanggaran hak cipta?

Jawab: Soal hal itu, saya sedikit tahu. Sepanjang yang saya ketahui, sudah diatur tersendiri dalam undang-undang yang dibuat pemerintah Indonesia.

7. Apakah Saudara mengetahui bahwa penggunaan karya cipta yang digunakan untuk suatu hal bersifat komersial ini telah diatur secara khusus dalam suatu peraturan yakni pada undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014, dan juga fatwa para ulama, seperti fatwa MUI?

Jawab: Iya, cukup paham. Pernah baca sekilas UU hak cipta itu ketika dulu masih belajar. Kemudian terkait fatwa MUI-nya, agak kurang paham kalau sudah diatur juga di sana.

8. Jika Saudara mengetahui dan memahami, hal apa yang bisa Saudara lakukan terkait penggunaan karya berhak cipta tersebut dalam hal mengatasi pelanggaran hak cipta?

Jawab: Sebagai bentuk kepedulian terhadap karya cipta pihak lain, hal yang bisa saya lakukan adalah dengan tidak ikut-ikutan menggunakan karya berhak ciptanya untuk digunakan dalam mencari keuntungan materiel.

CATATAN LAPANGAN

Catatan ke-1

Hari, dan tanggal : Rabu, 12 April 2023

Pukul : 09.30 - 10.50 WIB

Tempat : Tirto dan Buaran, Kabupaten Pekalongan

Kegiatan : Observasi dan mewawancarai informan dari pelaku usaha

Deskripsi :

Pada hari ini, peneliti mulai melakukan penelitian dengan mendatangi secara langsung ke objek yang diteliti, yakni terkait karya berhak cipta pihak lain yang digunakan untuk keperluan iklan komersial pada usaha milik sejumlah pelaku usaha produk pakaian yang berada di wilayah Kabupaten Pekalongan. Tujuan awal yang peneliti datangi pada hari ini ialah dua pelaku usaha yang berada di Tirto dan Buaran, Kabupaten Pekalongan, yang masing-masingnya telah memulai usaha berjualan produk pakaian dan menggunakan karya berhak cipta pihak lain sejak tahun 2020 dan 2017.

Di tujuan pertama, peneliti tiba di Tirto dan menemui pemilik usaha berinisial ZSA. Setibanya di lokasi, peneliti memulai perbincangan dan wawancara terkait kondisi usahanya, mulai dari awal mula menjalankan usaha hingga kondisi penjualan produk. Setelah itu, dilakukan observasi menyeluruh terhadap bentuk penggunaan karya berhak cipta untuk keperluan iklan komersial pada usahanya. Peneliti mengamati dari proses mencari dan memperoleh karya cipta, penyuntingan yang dilakukan, pengunggahan karya cipta berupa foto ke toko *online* miliknya untuk iklan. Kemudian ditunjukkan juga mengenai media yang dipakai untuk beriklan komersial, yakni dengan beriklan di beberapa media sosial dan *e-commerce*. Dari sini, peneliti mulai mendapati dampak yang diperoleh pelaku usaha yang telah menggunakan karya berhak cipta pihak lain terhadap produk yang dijual mengalami permintaan yang cukup banyak dari konsumen, sebab iklan berkesan. Setelah selesai observasi dan wawancara pada informan pertama, peneliti juga melakukan hal demikian kepada informan kedua, inisial BPO yang ada di Buaran.

Catatan ke-2

Hari, dan tanggal : Kamis, 13 April 2023

Pukul : 09.00 - 11.10 WIB

Tempat : Wonopringgo, Kabupaten Pekalongan

Kegiatan : Observasi dan wawancara informan; pelaku usaha dan pembeli

Deskripsi :

Pada hari berikutnya atau hari kedua ini, peneliti melanjutkan proses penelitian. Agenda kali ini ialah mendatangi informan ketiga dari pihak pelaku usaha sekaligus ke informan dari pihak pembeli untuk dimintai informasi terkait inti penelitian. Peneliti memulai dari pihak pelaku usaha terlebih dahulu, yakni pada kesempatan ini bertemu dengan pelaku usaha berinisial BHR yang berasal dari Wonopringgo, Kabupaten Pekalongan. Ia telah buka usaha jual produk pakaian sejak tahun 2016 dan selama itu juga mengaku sudah menggunakan karya berhak cipta pihak lain untuk keperluan iklan komersial pada produk miliknya.

Sekira pukul 9 pagi, peneliti tiba di tempat pelaku usaha inisial BHR. Seperti sebelumnya, peneliti memulai dengan melakukan wawancara terlebih dahulu dengan yang bersangkutan secara langsung untuk mendapatkan keterangan yang dibutuhkan pada penelitian. Lalu selepas itu, diajak untuk mengamati proses pengemasan produk yang kebetulan saat itu ada pesanan yang sedang diproses. Sembari melakukan pengemasan, ia juga menceritakan bagaimana kondisi usahanya. Semenjak ramai jualan secara *online*, ia mengaku mendapatkan pesanan yang tak sedikit dan terkadang merasa cukup keteteran akan hal itu. Lantas setelah selesai melakukan pengemasan, dilanjut menunjukkan rangkaian bentuk penggunaan karya berhak cipta pihak lain untuk iklan produknya.

Seketika, peneliti mulai mengamati dengan seksama agar tidak ada hal yang terlewatkan. Ia memperagakan sambil menjelaskan dari awal menggunakan karya berhak cipta pihak lain, dimulai dari mencari inspirasi di internet mengenai model dan motif yang sedang ramai peminat. Kemudian mendapatkan karya ciptanya yang berasal dari internet serta berupa foto potret seseorang yang sedang memakai kemeja batik yang nantinya digunakan untuk beriklan komersial olehnya. Setelah mendapatkannya, ia melakukan penyortiran terhadap foto mana yang akan digunakan untuk beriklan. Lalu jika sudah mendapat yang ideal, dilakukan tahap

pengeditan pada foto potret tersebut seperlunya, diedit mulai dari pewarnaan dan pencahayaan yang bagus agar terlihat menarik.

Pada tahap berikutnya, ia melakukan perancangan deskripsi yang akan digunakan dan dipasang pada kolom keterangan produk. Setelah itu, memasang foto potret tadi beserta deskripsi ke toko *online* miliknya sebagai sarana untuk beriklan melalui *e-commerce* seperti Lazada dan *marketplace* di Facebook. Lebih lanjut, ia menjelaskan bahwa ketika menggunakan karya cipta pihak lain, produk yang diiklankan jadi banyak orang yang mau membelinya. Hal ini, karena menurutnya foto yang ditampilkan di iklan mempunyai daya tarik tersendiri. Peneliti juga mengetahui dan bisa mengamati secara langsung dengan ditunjukkan aktivitas toko *online* miliknya soal bagaimana hal seperti itu bisa berdampak pada banyaknya pesanan produknya. Dari sini, proses wawancara dan observasi dengan informan pelaku usaha ketiga telah usai.

Berikutnya, lantas dilanjut mendatangi informan dari pihak konsumennya yang juga dari Wonopringgo, Kabupaten Pekalongan. Gilang Novriansyah yang merupakan salah satu orang yang pernah membeli produk pakaian pada pelaku usaha ketiga, oleh peneliti dimintai informasi yang diperlukan pada penelitian. Ia dapat peneliti temui di tempat tinggalnya, yang langsung saja dilakukan wawancara kepadanya. Ia mengaku sudah beberapa kali membeli produk pada pelaku usaha tadi. Dan sudah pula merasakan sensasi menggunakan produknya. Diturunkan, produk yang dijual pelaku usaha itu punya kualitas yang cukup bagus, sehingga ia merasa puas.

Ia juga menyadari bahwa penampakan produk sesungguhnya yang ia beli berbeda dengan foto/gambar yang ditampilkan di iklan. Kemudian peneliti ditunjukkan tangkapan langsung foto produk yang diambil olehnya mengenai perbandingannya dari yang sudah dibeli dengan yang tampil di iklan. Di situ memang ada sedikit beda di warna setelah dilakukan pengamatan mendetail. Dan perihal itu, ia tidak mempermasalahkannya asalkan tidak mengurangi kualitas barang produknya yang dibeli. Sampai sini, peneliti mengakhiri rangkaian wawancara dan observasi yang dilakukan setelah informasi dan data yang diperoleh sudah cukup.

Catatan ke-3

Hari, dan tanggal : Sabtu, 15 April 2023

Pukul : 09.15 - 11.35 WIB

Tempat : Karanganyar, Kabupaten Pekalongan

Kegiatan : Observasi dan wawancara informan; pelaku usaha dan pembeli

Deskripsi :

Kegiatan penelitian dilanjutkan pada hari Sabtu, dikarenakan pada hari Jum'at aktivitas usaha di tempat informan libur. Pada hari ini, peneliti menyambangi ke informan pelaku usaha keempat sekaligus dilanjut informan konsumen kedua. Peneliti mengawalinya dengan mendatangi terlebih dahulu ke pelaku usaha, yang telah memulai usaha dan memakai karya berhak cipta pihak lain sejak tiga tahun yang lalu yakni ketika awal masa pandemi tahun 2020.

Pada informan kali ini berlokasi di daerah Karanganyar, Kabupaten Pekalongan. Peneliti tiba di tempat tinggal inisial WOS selaku informan pelaku usaha dan menemuinya langsung sekitar pukul 9 lewat lima belas menit. Tanpa berlama-lama, peneliti mulai melakukan wawancara yang nantinya dilanjutkan dengan observasi ke inti penelitian, yaitu terkait karya berhak cipta pihak lain yang digunakan untuk tujuan iklan komersial pada produk pakaian. Pada sesi wawancara, peneliti menyampaikan beberapa pertanyaan krusial di antaranya bentuk dari penggunaan karya cipta pihak lain, media yang dipakai untuk beriklannya, hingga pemahaman mengenai aturan tentang hak cipta dan soal fatwa MUI-nya.

Selepas mewawancarai, peneliti disilakan oleh informan pelaku usaha untuk melihat-lihat dan mengamati sedetail mungkin pada kegiatan usahanya. Peneliti berkesempatan melakukan observasi pada objek yang diperlukan pada penelitian, dengan melihat langsung terkait langkah-langkah dari bentuk karya cipta pihak lain yang digunakan pelaku usaha untuk keperluan iklan pada produk miliknya. Pertama-tama, informan melakukan pengamatan mengenai produk seperti apa yang sedang ramai diminati melalui internet, lantas mencari referensi karya cipta yang bisa cocok dipakai untuk iklannya. Karya cipta pihak lain berupa karya fotografi menjadikannya sebagai karya yang digunakan untuk iklan sampel produknya. Produk yang ia iklankan berupa pakaian kemeja polos yang didapat dari pasokan pihak lain secara grosir untuk kemudian dijual ke konsumen langsung.

Pada tahap berikutnya, pelaku usaha mengunduh karya cipta pihak lain berupa foto yang bertebaran di *e-commerce* dan media sosial seperti Facebook dan Instagram. Lalu mengeditnya dengan menambahi tanda berbentuk tulisan/identitas toko *online* miliknya serta mengubah pencahayaan, saturasi dan ketajaman pada karyanya. Setelah itu, dilakukan pembuatan deskripsi produk dengan klasifikasi sesuai kebutuhan lengkap dengan harga tiap produknya. Apabila pembuatan deskripsi sudah siap, ia melakukan unggah foto/karya tersebut ke beberapa toko *online* yang dimiliki dan sejumlah media sosial seperti ke *marketplace* Facebook untuk diiklankan dengan alasan beberapa media tersebut biasa dijangkau oleh banyak orang. Dan tahap terakhir, pelaku usaha tinggal memproses jika ada pesanan yang masuk, dengan melakukan konfirmasi ke pembeli, kemudian dikemas, untuk selanjutnya dikirimkan melalui jasa ekspedisi.

Penggunaan karya cipta pihak lain tersebut membuat volume penjualan produk miliknya bisa menjadi banyak. Ia mengaku dari hal tersebut dapat memengaruhi pada pesanan yang masuk, dikarenakan karya/foto yang digunakan untuk iklan rapi dan estetik sehingga terlihat menarik bagi konsumennya. Peneliti sempat menanyakan kenapa tidak memakai foto produk milik sendiri saja, dan tidak lagi menggunakan karya cipta milik pihak lain, ia pun mengaku belum mampu untuk mengambil gambar sendiri dengan alasan jepretan yang diambil tidak rapi dan menarik. Setelah peneliti melakukan rangkaian proses wawancara beserta observasi, dan sudah mendapat informasi serta data yang cukup, peneliti mengakhiri penelitian terhadap informan pelaku usaha keempat.

Hari kian beranjak siang, peneliti melanjutkan perjalanan dengan mendatangi informan kedua dari pihak konsumen/pembeli. Peneliti menemui Saudara Bambang Susilo selaku informan pembeli, yang juga bertempat tinggal di Karanganyar, Kabupaten Pekalongan untuk kemudian diwawancarai. Ketika peneliti mewawancarai, ia pernah beberapa kali membeli produk kemeja pada pelaku usaha tadi. Ia merasa produk yang sudah dibelinya punya mutu yang cukup bagus sesuai segmen harganya. Meski demikian, ia juga pernah menjumpai produk yang dibeli terdapat kekeliruan model, sehingga ia mengajukan penggantian produk ke penjual. Hal itu dikarenakan foto yang ditampilkan di iklan berbeda dengan barangnya langsung, peneliti pun ditunjukkan jepretan foto produknya langsung soal bedanya.

Catatan ke-4

Hari, dan tanggal : Ahad, 16 April 2023

Pukul : 09.45 - 11.35 WIB

Tempat : Wiradesa, Kabupaten Pekalongan

Kegiatan : Observasi dan wawancara informan; pelaku usaha dan pembeli

Deskripsi :

Pada hari ini yang merupakan hari terakhir kegiatan penelitian, peneliti pergi ke Wiradesa, Kabupaten Pekalongan, guna menemui informan kelima dari pihak pelaku usaha yang sudah janjian sebelumnya untuk diwawancarai dan dilakukan observasi pada kegiatan usahanya. Kali ini, peneliti menemui informan saat waktu agak siang karena dari pihak informan ada keperluan saat pagi hari. Peneliti tiba di tempat pelaku usaha sekitar pukul 10 kurang lima belas menit, dan dapat menjumpai informan pelaku usaha berinisial BAM secara langsung. Ia merupakan salah satu pelaku usaha yang menjual berbagai macam produk batik, seperti *dress*, *blouse* dan pakaian wanita lainnya. Pelaku usaha ini telah merintis usahanya sejak tahun 2016, dan dari saat itu juga ia mengaku telah menggunakan karya berhak cipta pihak lain untuk keperluan iklan pada bermacam produknya.

Ketika tiba di tempat informan ini, peneliti disambut ramah olehnya. Peneliti kembali menjelaskan maksud kedatangan ke sini, yakni guna melakukan observasi dan wawancara penelitian. Tanpa berpanjangan lebar lagi, peneliti mulai melakukan wawancara kepadanya. Peneliti awali dengan menanyakan soal profil usahanya, dimulai dari awal mula buka usaha, latar belakang bisnis, sampai terkait motivasi menggunakan karya berhak cipta pihak lain untuk tujuan iklan pada produk miliknya. Ia memberikan tanggapan wawancara yang cukup lugas dan rinci, sehingga peneliti bisa mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan.

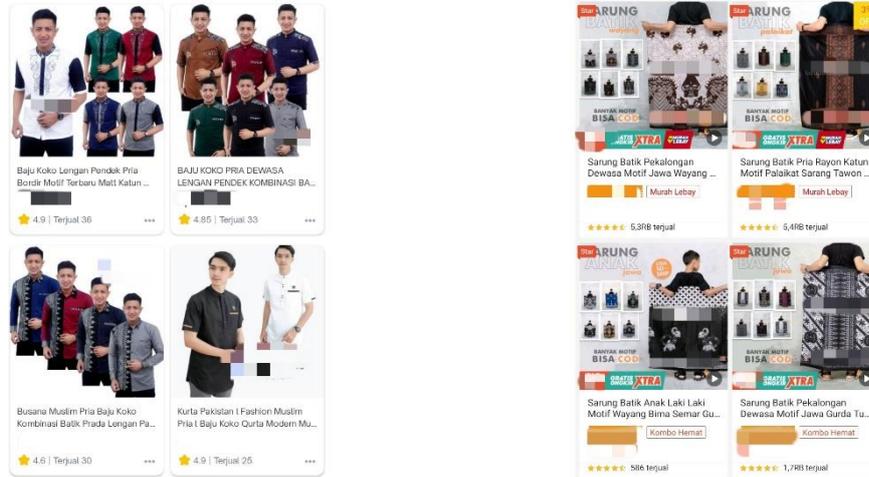
Berikutnya, setelah sesi wawancara usai, peneliti kemudian minta izin untuk mengamati pada kegiatan usahanya. Peneliti manfaatkan hal ini sebaik-baiknya untuk observasi secermat mungkin. Ia menunjukkan peneliti mengenai berbagai proses yang ada di usahanya. Secara singkat saja dimulai dari tahap produksi, mencari referensi model yang akan dibuat lewat internet, pembuatan pakaian, mengiklankan produk, pengemasan barang produk, dan memproses pesanan masuk hingga menanggapi ulasan dari pembeli.

Perihal penggunaan karya cipta juga tak tertinggalan dijelaskan pula olehnya. Ia menuturkan sambil memperagakan terkait bagaimana bentuk penggunaan karya berhak cipta pihak lain yang akan dipakai sebagai sampel produk untuk kemudian diiklankan secara *online*. Diawali dari mengulik informasi di media sosial soal pakaian yang sedang ramai diminati. Kemudian mencari karya cipta berupa foto potret dan video yang sekiranya sesuai kebutuhan pasar, dan mengunduhnya dari berbagai sumber di internet. Setelahnya, ketika sudah dapat karya cipta yang dibutuhkan, dilakukan sedikit penyuntingan pada karya cipta, seperti atur saturasi, pencahayaan dan menambahkan efek sewajarnya. Lalu membuat deskripsi tiap macam produknya, dilengkapi dengan harga dan promo jika ada. Ketika semua sudah siap, kemudian ia buat iklan dengan mengunggah karya tersebut ke toko *online* miliknya. Ia tinggal memproses saat ada pesanan masuk, dan mengirimnya melalui kurir.

Dampak yang diperoleh pelaku usaha dari penggunaan karya cipta ini ialah di antaranya penjualan yang cukup banyak, penanyangan iklan jadi bisa luas sehingga produk dapat diketahui banyak orang, dan *traffic* toko *online*, seperti Shopee, Lazada, Bukalapak dan Tokopedia miliknya mengalami peningkatan. Ia membeberkan bahwa efek dari penggunaan karya cipta inilah yang memberikan dampak positif pada usahanya. Hal ini disebabkan karya cipta berupa foto potret dan video pihak lain yang ditampilkan di iklan terlihat menarik dan memberikan kesan tersendiri bagi orang-orang. Sampai sini peneliti cukupkan proses penelitian di tempatnya, karena data dan informasi yang dibutuhkan sudah cukup.

Peneliti melanjutkan perjalanan untuk mengulik informasi selengkapnyanya dengan menjumpai Riyanti selaku informan ketiga dari pihak pembeli. Ia juga bertempat di Wiradesa, Kabupaten Pekalongan untuk kemudian diwawancarai peneliti. Ia menceritakan bahwa sudah pernah membeli produk pada pelaku usaha tadi dengan membeli pakaian berupa *dress* batik. Menurut keterangannya, produk yang pernah dibeli mempunyai kualitas biasa saja sesuai harga. Ia juga mengetahui jika produk yang ditampilkan di foto iklan bukan tampilan langsung dari produk pelaku usahanya, melainkan dapat karya cipta dari pihak lain. Lantas ia menunjukkan tampilan produk yang pernah dibeli berupa jepretan foto darinya langsung dengan membandingkan yang ada di iklan pada toko *online* pelaku usaha.

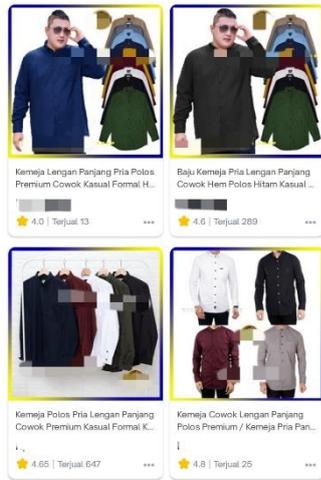
Lampiran 6: Dokumentasi yang Relevan



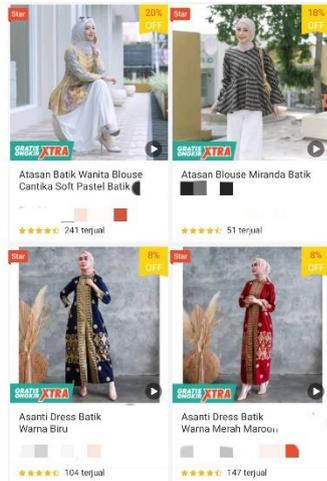
Gambar 1 (kiri) dan 2 (kanan): Foto produk untuk iklan komersial dengan menggunakan karya cipta pihak lain oleh inisial ZSA (gambar 1) dan inisial BPO (gambar 2).



Gambar 3 (kiri) dan 4 (kanan): Foto produk untuk iklan komersial dengan menggunakan karya cipta pihak lain, serta jepretan foto tampilan produk dari pembeli/konsumen oleh inisial BHR (gambar 3) dan pembelinya (gambar 4).



Gambar 5 (kiri) dan 6 (kanan): Foto produk untuk iklan komersial dengan menggunakan karya cipta pihak lain, serta jepretan foto tampilan produk dari pembeli/konsumen oleh inisial WOS (gambar 5) dan pembelinya (gambar 6).



Gambar 7 (kiri) dan 8 (kanan): Foto produk untuk iklan komersial dengan menggunakan karya cipta pihak lain, serta jepretan foto tampilan produk dari pembeli/konsumen oleh inisial BAM (gambar 7) dan pembelinya (gambar 8).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama lengkap : Muchammad Fajrul Falah
2. Tempat, dan tanggal lahir : Pekalongan, 26 Mei 2000
3. Jenis kelamin : Laki-laki
4. Alamat : Desa Watusalam gang 6 RT. 04 RW. 02,
Kecamatan Buaran, Kabupaten Pekalongan
kode pos 51171

B. Identitas Orang Tua

1. Nama ayah : Arofik
2. Pekerjaan : Guru Honorer
3. Nama ibu : Barikha
4. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
5. Alamat : Desa Watusalam gang 6 RT. 04 RW. 02,
Kecamatan Buaran, Kabupaten Pekalongan
kode pos 51171

C. Riwayat Pendidikan

1. SDN 01 Watusalam Kabupaten Pekalongan Tahun lulus 2012
2. SMPN 1 Buaran Kabupaten Pekalongan Tahun lulus 2015
3. SMKN 1 Karangdadap Kabupaten Pekalongan Tahun lulus 2018
4. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Tahun lulus 2023

D. Riwayat Organisasi

1. HMJ HES IAIN Pekalongan Periode 2019, 2020
2. DEMA FASYA IAIN Pekalongan Periode 2021

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muchammad Fajrul Falah
NIM : 1218005
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
E-mail address : muchammadfajrulfalah@mhs.uingusdur.ac.id
No. Hp : 085600545109

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain
(.....)

yang berjudul:

“Penggunaan Karya Berhak Cipta Pihak Lain untuk Tujuan Iklan Komersial dalam Hukum Islam dan Hukum Positif di Kabupaten Pekalongan”

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 27 Juli 2023


Muchammad Fajrul Falah
NIM. 1218005

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat PDF dan dimasukkan dalam file *softcopy/CD*