

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Counterfeiting atau pemalsuan adalah tindakan pelanggaran atau penyalahan terhadap hak legal dari sang pemilik *intellectual property* (Clark, 1997). Secara teknik, kata *counterfeiting* merujuk hanya pada kasus pelanggaran hak merek dagang (*trademark*), namun dalam prakteknya *counterfeiting* juga mencakup tindakan pembuatan sebuah barang yang mana bentuk fisiknya sengaja dibuat sangat mirip dengan barang aslinya. Hal tersebut terkadang dapat menyesatkan konsumen dalam mencari barang yang asli yang ingin mereka beli (Organization for Economic Co-operation and Development [OECD], 2007).

Tindakan pemalsuan biasanya identik dengan mata uang atau dokumen, tetapi saat ini pemalsuan bisa juga mencakup pemalsuan pada pakaian, aksesoris, piranti lunak (*software*), obat-obatan, jam, bahkan sampai pada barang otomotif (“Counterfeiting of Consumer Goods”, 2007). Barang tiruan biasanya dijual dengan harga yang lebih murah serta memiliki kualitas yang inferior jika dibandingkan dengan barang aslinya, sehingga pemalsuan barang pada sebuah merek dapat merusak citra merek, hak paten, *trademark*, serta hak cipta dari barang tersebut (“Counterfeiting of Consumer Goods”, 2007).

Belakangan ini, *counterfeiting* atau pemalsuan merupakan kegiatan yang semakin marak saja di beberapa belahan dunia. Mulai dari Amerika hingga Asia. Berdasarkan data yang diperoleh OECD (2007), perdagangan *counterfeit* dan *pirated goods* mencapai sekitar 5-7 persen dari total perdagangan barang di dunia dan telah mencapai angka USD 200 miliar pada tahun 2005. Jumlah ini belum termasuk produksi dan konsumsi domestik akan *counterfeit* dan *pirated product* melalui internet. Jika jumlah ini masuk dalam perhitungan,

maka jumlah total dari *counterfeiting* secara mendunia bisa mencapai lebih dari ratusan miliar dollar .

OECD (2007) mengemukakan bahwa sudah banyak tindakan yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat setempat untuk membasmi tindakan pemalsuan ini, salah satunya adalah pembuatan undang-undang anti pemalsuan. Namun, meskipun begitu, pemilik *trademark* tetap memiliki kesulitan dalam membujuk pemerintah setempat untuk membuat tindakan lain untuk membasmi pemalsuan. Menurut Clark (1997) hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yakni: Pertama, pemalsuan masih menjadi prioritas yang rendah jika dibandingkan dengan aksi kriminal lainnya Kedua, masih sulitnya bagi pemerintah untuk memonitor aktivitas *counterfeiter* secara keseluruhan. Terakhir, prosedur pembuatan hukum tentang pemalsuan yang masih kompleks.

Indonesia juga termasuk salah satu negara yang banyak melakukan kegiatan perdagangan barang-barang tiruan dan pemalsuan merek suatu produk. Hal ini terbukti dari riset yang dilakukan oleh (European Union Customs Authorities [EUCA], 1998), menurut organisasi tersebut, Indonesia tercatat turut memberikan kontribusi sebesar 1,2 persen atas keterlibatannya dalam hal tindakan pemalsuan. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) Departemen Kehakiman dan Hak Azasi Manusia, setiap bulan sedikitnya 100 kasus pemalsuan berbagai merek produk. Adapun produk yang paling banyak dipalsukan adalah tekstil, elektronik, serta makanan dan minuman. Hal ini mengakibatkan kerugian negara sebesar triliunan rupiah akibat potensi kehilangan sumber pendapatan dari pajak penjualan (PPn) (Lembaga Indonesia Pengetahuan Indonesia [LIPI], 2003).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) bekerjasama dengan Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Universitas

Indonesia (LPEM UI, 2006), jumlah kehilangan GDP yang diakibatkan oleh pemalsuan mencapai 0,06–0,38 persen. Pemalsuan tersebut diduga dilakukan oleh sindikat Malaysia, Cina, dan Hongkong. Berikut ini jumlah kerugian yang dialami negara akibat adanya pemalsuan atau *counterfeiting*.

Tabel 1.1
Jumlah kerugian Indonesia dari adanya pemalsuan

	GDP	Pendapatan Pajak	Jumlah Pengangguran
Pemalsuan yang berasal dari dalam negeri	Rp. 2,09 triliun	Rp. 202,75 miliar	124.071 tenaga kerja
Pemalsuan yang berasal dari impor	Rp. 352,35 miliar	Rp. 16,64 miliar	24.466 tenaga kerja

Sumber : Telah diolah kembali

Selain mengalami kehilangan *Gross Domestic Product* (GDP), negara juga mengalami kehilangan pendapatan pajak karena barang-barang palsu tersebut diproduksi dan diperdagangkan tidak melewati Direktorat Jenderal Pajak.

Widiyanti (2006) menyatakan bahwa dengan berkurangnya GDP yang diterima oleh negara, maka hal tersebut mempengaruhi jumlah pengangguran di Indonesia. Akibat dari maraknya pemalsuan ini, maka jumlah *employment loss* akibat pemalsuan yang diproduksi di dalam negeri adalah sebesar 124.071 tenaga kerja, dan jumlah *employment loss* akibat pemalsuan yang berasal dari impor adalah sebesar 24.466 tenaga kerja.

Chatib Basri (2006) mengatakan bahwa pemalsuan di Indonesia semakin marak karena kesadaran masyarakat terhadap barang palsu masih rendah. Terlebih, ciri fisik barang palsu dan asli sangat mirip sehingga konsumen sulit membedakannya. Di sisi lain, harganya hanya berbeda sekitar 10 persen. Hal ini terbukti dari maraknya penjualan baju, aksesoris, tas-tas dan sepatu tiruan dari desainer merek internasional yang banyak dijual di pusat grosir seperti ITC mangga dua. Barang-barang tiruan ini dibuat dengan variasi kualitas yang berbeda-beda.

Anissa Febriani (2008) menyatakan selain barang *fashion* yang bermerek internasional, ada beberapa jenis barang lagi yang marak dipalsukan di Indonesia, yaitu obat-obatan dan pembajakan pada piranti lunak (*software*). Berdasarkan studi yang dilakukan oleh International Pharmaceutical Manufactures Group, 40 persen dari toko obat yang ada di Indonesia, menjual obat-obatan palsu. Berdasarkan studi lain yang dilakukan oleh Business Software Alliance, pembajakan di Indonesia telah mencapai tingkat 88 persen (Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan [MIAP], 2008).

Pemalsuan merugikan banyak pihak. Selain merugikan pemerintah, produsen pun terkena dampaknya. Para produsen akan mengalami berkurangnya penerimaan atau pendapatan atas penjualan barang mereka, merusak nama baik atau citra merek, dan mengurangi inovasi. Konsumen pun juga bisa kena dampaknya, yaitu rusaknya kesehatan, berkurangnya kualitas hidup, *financial loss*, dan *opportunity loss* (MIAP, 2008).

Oleh karena itu, saat ini pemalsuan merupakan masalah yang harus dihadapi dengan serius oleh beberapa industri, seperti industri *fashion*, industri software, industri obat-obatan, *agricultural*, dan *apparel industries*.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Penjualan *counterfeited goods* terutama barang *fashion*, yang belakangan ini semakin marak telah menjadi perhatian banyak masyarakat, pelaku bisnis, dan pemerintah. Pasalnya, hal ini merupakan tindakan yang melanggar hukum dan ilegal karena dengan adanya barang-barang tiruan ini, maka perusahaan yang memproduksi barang yang asli akan menderita kerugian (OECD, 2007).

Fenomena ini menjadi hal yang sangat menarik untuk diteliti mengingat semakin maraknya penjualan barang-barang tiruan terutama untuk barang *fashion* bermerek (*fashion branded item*) di Indonesia terutama di beberapa kota besar, seperti Jakarta. Oleh

karena itu, permasalahan yang ingin diteliti dalam studi ini adalah faktor sosial dan personal (*social and personality factors*) manakah dari konsumen berpengaruh terhadap sikap mereka akan pemalsuan barang *fashion* (*attitude towards fashion counterfeiting*). Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji apakah sikap konsumen terhadap pemalsuan barang *fashion* tersebut pada akhirnya juga berpengaruh pada keinginan mereka untuk membeli barang-barang *fashion* tiruan (*purchase intention towards counterfeit fashion goods*).

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis apakah terdapat pengaruh antara faktor sosial dan personal (*social and personality factors*) terhadap sikap konsumen akan pemalsuan barang *fashion* (*attitude towards fashion counterfeiting*).
2. Menganalisis apakah sikap tersebut akan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli barang *fashion* tiruan tersebut (*purchase intention to counterfeit fashion goods*)
3. Menganalisis perbedaan sikap (*attitude*) yang muncul antara *buyers* dengan *non-buyers counterfeit goods*.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian ini dapat ditujukan bagi peneliti, perusahaan, dan bagi pihak lain, dengan rincian sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat penelitian bagi akademik:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan atau *insight* yang lebih jelas dalam bidang ilmu perilaku konsumen dalam pembahasan fenomena *counterfeiting* yang semakin marak di beberapa negara. Terutama mengenai hubungan antara faktor sosial dan personal konsumen terhadap sikap mereka pada pemalsuan barang-barang *fashion*. Melalui penelitian ini pula diharapkan diketahui perbedaan sikap konsumen terhadap barang-barang tiruan dan perbedaan sikap antara *buyer* dan *non-buyer*.

1.4.2 Manfaat penelitian bagi perusahaan:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk dapat lebih memahami dan sadar mengenai sikap konsumen terhadap barang tiruan sehingga mereka dapat merancang *anti-counterfeited goods strategy* untuk mengatasi kerugian yang akan mereka alami karena isu tersebut.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Sistematika dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

- Bab I: Pendahuluan

Bab ini mencakup latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Pada bagian ini juga diuraikan pendekatan penelitian secara singkat dan sistematika penulisan skripsi.

- Bab II: Landasan Teori

Pada bab ini akan diuraikan hasil dari tinjauan kepustakaan atau riset data sekunder berupa serangkaian teori yang relevan untuk digunakan sebagai landasan penelitian.

- Bab III: Metodologi Penelitian

Bagian ini memberikan gambaran mengenai metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, yang mencakup rancangan penelitian, metode pengumpulan data (data primer dan sekunder), ukuran dan metode pengambilan sampel, variabel penelitian, *measurement and scaling*, desain/sistematika kuesioner, dan metode analisis data.

- Bab IV: Pengolahan dan Analisis Data

Bab ini memberikan gambaran mengenai pengolahan dan analisis data primer yang berhasil dikumpulkan, sehingga diperoleh hasil penelitian sebagai jawaban atas tujuan penelitian.

- Bab V: Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini akan diuraikan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, saran-saran yang mengacu pada implikasi manajerial yang berhubungan dengan hasil penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.