

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Globalisasi menuntut adanya perkembangan dan kemajuan dalam bidang teknologi dan perekonomian. Perkembangan dalam bidang teknologi dan ekonomi dunia, terutama dengan kemajuan teknologi informatika yaitu teknologi komputer membuat penggunaan CD Writers yang semakin luas. Penggunaan CD writers yang semakin luas tersebut menyebabkan orang semakin dengan mudah untuk mengkopi film, musik, program game komputer dan software ke dalam bentuk compact discs (CDs) yang dimungkinkan untuk skala yang besar. Kemajuan teknologi tersebut dengan didorong oleh pemenuhan kebutuhan secara ekonomi, semakin membuat maraknya praktek pembajakan CD dan penjualan CD bajakan sebagai bentuk komersialisasi dan pelanggaran terhadap hak cipta seseorang, hak tersebut seharusnya dipegang secara penuh oleh pencipta. Praktek pembajakan CD menjadi isu yang serius secara internasional, karena selain memberikan ancaman dan kerugian bagi si pencipta juga akan memberikan ancaman dan kerugian bagi setiap negara dengan hilangnya pendapatan atas bea cukai dan hilangnya kesempatan investasi asing sebagai dampak atas biaya sosial dari pembajakan CD. Saat ini negara melalui aparat penegak hukumnya, yaitu polisi dihadapkan dalam dilema atas maraknya pembajakan di Indonesia dengan dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membasmi atau memberantas mafia pembajakan CD dengan tanpa pandang bulu atau membiarkan Indonesia

menghadapi hambatan atas masuknya investasi. Maraknya pembajakan di Indonesia dapat dilihat pada tabel "Perbandingan Peredaran Produk Legal dan Produk Bajakan Karya Rekaman Suara" berikut (Saliman *et.al*, 2004: 135):

Tabel 1.1  
*Perbandingan Peredaran Produk Legal dan Produk Bajakan Karya Rekaman Suara*

Tahun	Total Unit Produk Legal	Total Unit Produk Bajakan
1996	77.552.008	23.068.225
1997	67.356.071	112.835.989
1998	41.658.674	137.209.167
1999	64.464.951	181.505.780
2000	52.502.569	240.084.555
2001	44.031.698	290.813.051
<b>TOTAL</b>	<b>347.565.971</b>	<b>985.516.767</b>

Dari tabel di atas, dapatlah di ketahui bahwa pembajakan pada produk rekaman suara meningkat tiap tahunnya.

Pembajakan merupakan bentuk kejahatan yang semakin meluas. Akar dari permasalahan pembajakan tidak hanya terletak pada sisi penawaran (*supply side*) saja, tetapi juga terletak pada sisi permintaan (*demand side*) seperti yang telah dikemukakan oleh Kwong, *et al.*, (2003: 224). Ebert dan Griffin (2000: 13) mendefinisikan permintaan sebagai keinginan dan kemampuan dari pembeli untuk membeli barang atau jasa, sedangkan penawaran adalah keinginan dan kemampuan dari produsen untuk menawarkan barang atau jasa. CD bajakan tidak akan laku jika hanya ada penawaran saja tanpa adanya permintaan dari konsumen. Pengertian konsumen menurut Undang-undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 Lembaran Negara RI Nomor 42 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen Pasal 1 adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Maraknya penjualan CD bajakan tersebut sesuai dengan teori permintaan dan penawaran yang berlaku di pasar, semakin tinggi permintaan atas suatu produk atau jasa, semakin tinggi pula penawaran dari produk atau jasa tersebut. Dengan membeli CD bajakan terletak keterlibatan konsumen dalam proses pelanggaran hak cipta, karena dengan konsumen membeli CD bajakan maka secara tidak langsung konsumen juga terlibat dalam praktek pelanggaran hak cipta. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Bloch, *et al.*, (1983: 28) yang berargumen bahwa konsumen merupakan kaki tangan dalam pembajakan ketika konsumen dengan sengaja membeli CD bajakan dan setuju terhadap praktek pembajakan tersebut. Pembelian CD bajakan merupakan perilaku yang tidak beretika karena memberikan dampak negatif secara ekonomi terhadap pemegang hak cipta. Pembajakan sepertinya sudah menjadi budaya kebiasaan di negara-negara Asia terutama di Indonesia. Di Indonesia sendiri sepertinya telah banyak kawasan-kawasan yang terkenal dengan mudah untuk mendapatkan berbagai macam CD bajakan, seperti di Jakarta yang terkenal dengan kawasan Glodoknya sebagai sentral pasar CD bajakan, selain itu CD bajakan dengan mudah dapat diperoleh di salah satu jalan besar di Kotamadya Yogyakarta, hampir di sepanjang jalan tersebut banyak penjual CD bajakan yang dengan terang-terangan melakukan usaha tersebut. Dari situ maka perlu diketahui dan dipahami perilaku konsumen terhadap pembelian CD bajakan dengan menemukan jawaban atas pertanyaan seperti "Siapa yang membeli?", "Bagaimana

mereka membeli?”, ”Kapan mereka membeli?”, ”Dimana mereka membeli?” dan ”Kenapa mereka membeli?” (Chow Hou, *et al.*,1995: 20). Menurut Mowen dan Minor (2001: 6) perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide. Menurut Swastha dan Handoko (2000: 10), mendefinisikan perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Perubahan yang signifikan terhadap sistem hukum dan penegakan hukum di Indonesia perlu dilakukan dengan lebih tegas dan tidak pandang bulu untuk melindungi pelanggaran atas hak cipta khususnya mengenai pembajakan CD yang banyak terjadi. Penanggulangan terhadap pembajakan CD telah banyak dilakukan oleh pemerintah Indonesia antara lain dengan diadakannya banyak operasi atau *sweeping*. Namun penegakan hukum dengan melakukan operasi tersebut sering dilakukan dengan pandang bulu, artinya perang melawan pembajakan tersebut hanya dilakukan pada pedagang-pedagang besar dan memandang sebelah mata terhadap usaha kecil yang sama-sama menjual CD bajakan dengan alasan kemanusiaan dan toleransi demi periuk nasi. Hal tersebut juga pernah diungkapkan oleh Budi (2003: 15). Indonesia sendiri telah ikut serta dalam pergaulan masyarakat dunia dengan menjadi anggota *Agreement Establishing The World Trade Organizaton* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia) yang mencakup pula *Agreement On Trade Related Aspects Of Intellectual*

*Property Rights / TRIPs* (Persetujuan Tentang Aspek-Aspek Dagang Hak Kekayaan Intelektual) yang mempunyai tujuan untuk melindungi produk-produk yang dihasilkan perorangan atau korporasi dalam bidang industri dan perdagangan dari upaya pelanggaran hak atas orisinalitas karya cipta, baik menyangkut paten, merek, cipta dan desain tata letak sirkit terpadu, melalui Undang-undang No.7 Tahun 1994 tentang ratifikasi WTO. Selain itu, Indonesia juga meratifikasi *Berne Convention For Protection Of Artisct And Literary Works* (Konvensi Berne Tentang Perlindungan Karya Seni Dan Sastra) melalui Keputusan Presiden No.18 Tahun 1997 dan *World Intellectual Property Organization Copyrights Treaty* (Perjanjian Hak Cipta WIPO) selanjutnya disebut WTC melalui Keputusan Presiden No.19 Tahun 1997 tentang ratifikasi perjanjian hak cipta WIPO.

Saat ini Indonesia telah memiliki Undang-undang Hak Cipta No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta yang termaktub dalam Lembaran Negara RI Nomor 85 Tahun 2002 sebagai bentuk perlindungan atas hak cipta yang merupakan hak eksklusif bagi pencipta atau pemegang hak cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal tersebut tercantum dalam Pasal 2 ayat (1) Undang-undang No.19 Tahun 2002. Hak cipta terdiri atas hak ekonomi (*Economics Rights*) yang merupakan hak untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaan serta produk hak terkait dan hak moral (*Moral Rights*) yang merupakan hak yang melekat pada diri pencipta atau pelaku yang tidak dapat dihilangkan atau dihapus tanpa alasan apapun, walaupun hak cipta atau hak terkait telah dialihkan. Karya cipta harus

memiliki bentuk yang khas, bersifat pribadi dan menunjukkan keasliannya sebagai ciptaan yang lahir berdasarkan kemampuan, kreatifitas atau keahlian sehingga ciptaan itu dapat dilihat, dibaca, atau didengar. Sebagai bagian dari sistem hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), undang-undang hak cipta mewakili proteksi hak eksklusif pencipta untuk memonopoli eksploitasi atas ciptaannya. Dari segi hukum, HAKI berfungsi sebagai pagar, arahan dan sekaligus tuntunan tentang bagaimana hak atas kekayaan intelektual itu digunakan dan dipertahankan dalam lalu lintas ekonomi dan perdagangan. Selain itu, HAKI juga berfungsi dan berperan sebagai pendorong motivasi, kreatifitas dan semangat inovasi dari masyarakat yang merupakan modal dasar bagi lahirnya ciptaan-ciptaan baru yang lebih banyak, berkualitas serta memberi manfaat bagi kehidupan masyarakat.

Namun perangkat dan pemberlakuan hukum yang telah ada dan disebutkan di atas masih belum diiringi oleh penegakkan hukum yang baik, karena selama ini hampir semua pelaku pembajakan tidak pernah diproses secara hukum ke pengadilan.

### **1. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut-atribut produk CD bajakan?
- b. Apakah faktor demografis mempengaruhi konsumen untuk membeli CD bajakan?

- c. Apakah konsumen yang membeli CD bajakan dapat dikenakan sanksi pidana?

## 2. Batasan Masalah

Dalam penulisan tesis ini, penulis membatasi penelitian pada hal-hal sebagai berikut:

- a. Sanksi

Sanksi merupakan reaksi, akibat atau konsekuensi pelanggaran kaedah sosial (Sudikno, 1999: 9). Sanksi yang penulis maksud disini adalah sanksi yang berasal dari tindakan yang melanggar hukum pidana. Hukum pidana adalah termasuk hukum publik yang mengancam perbuatan yang melanggar hukum (tindak pidana) dengan pidana atau hukuman (Puspa, 1977: 672).

- b. Sikap Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk (Prasetijo dan Ihalauw, 2005: 104) sikap adalah predisposisi yang dipelajari dalam merespons secara konsisten suatu obyek, dalam bentuk suka atau tidak suka. Sikap yang akan diukur dalam penelitian ini adalah sikap konsumen terhadap atribut-atribut produk CD bajakan.

- c. Konsumen

Pengertian konsumen menurut Undang-undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 Lembaran Negara RI Nomor 42 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri

sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan memakai CD bajakan, berupa film atau musik dan merupakan konsumen akhir (*end user*).

d. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen guna pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tjiptono (2002: 95) menyatakan produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas "sesuatu" yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi atau pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Dalam penelitian ini, produk yang akan diteliti adalah CD bajakan yang berisi film dan lagu.

e. Atribut Produk

Atribut produk menurut Tjiptono (2002: 103) adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini atribut yang akan diteliti dibatasi pada: harga, produk, dan tempat.

Uraian atribut-atribut yang penulis teliti pada produk cd bajakan dibatasi pada:

1) Variabel harga

Variabel harga meliputi kebijaksanaan harga jual yang ditetapkan oleh produsen, yaitu: atribut kesesuaian harga dengan kualitas dan atribut keterjangkauan harga.



## 2) Variabel produk

Atribut produk adalah unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Variabel produk meliputi: merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan sebagainya. Dalam hal ini atribut-atribut produk yang akan diteliti meliputi: jenis film atau lagu, penyanyi atau bintang film dalam lagu atau film tersebut, dan pencipta lagu atau film sebagai faktor merek, kemudian faktor yang lain adalah kemasan, keawetan, dan kualitas.

## 3) Variabel tempat

Dalam hal ini meliputi: atribut ketersediaan produk pada penjual, serta kenyamanan tempat.

### f. Perbanyakan

Perbanyakan adalah penambahan jumlah suatu ciptaan, baik secara keseluruhan maupun bagian yang sangat substantial dan menggunakan bahan-bahan yang sama atau tidak sama, termasuk mengalihwujudkan secara permanen atau temporer.

### g. CD bajakan

CD bajakan yang penulis maksudkan disini adalah CD yang memuat ciptaan seseorang melalui perbanyakan tanpa izin atau lisensi dari pencipta. CD bajakan yang ingin penulis teliti adalah CD bajakan yang memuat hasil karya cipta berupa film dan musik.

#### h. Penadahan

Sesuai dengan Pasal 480 Kitab Undang Undang Hukum Pidana / KUHP

(Moeljatno, 2003: 172) diatur bahwa:

”Diancam dengan pidana penjara paling lama empat tahun atau dengan denda paling banyak enam puluh rupiah karena penadahan:

ke-1. barangsiapa membeli, menawarkan, menukar, menerima gadai, menerima hadiah, atau untuk menarik keuntungan, menjual, menyewakan, menukarkan, menggadaikan, mengangkut, menyimpan atau menyembunyikan sesuatu benda, yang diketahui atau sepatutnya harus diduga, bahwa diperoleh dari kejahatan.

Ke-2. barangsiapa menarik keuntungan dari hasil sesuatu benda, yang diketahui atau sepatutnya harus diduga, bahwa diperoleh dari kejahatan.”

Dari isi pasal tersebut, maka dapat diketahui unsur-unsur penadahan sebagai komentar dari pasal tersebut (Soesilo, 1993: 314), sebagai berikut:

- 1) Yang dimaksud dengan penadahan atau *heling* dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu:
  - a) Membeli, menyewa, dan sebagainya dengan maksud tidak perlu mendapatkan keuntungan.
  - b) Menjual, menukarkan, menggadaikan, dan sebagainya dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan.
- 2) Pelaku harus mengetahui dan patut diduga bahwa barang itu diperoleh dari kejahatan. Untuk membuktikan unsur ini dapat dilihat dari keadaan atau cara dibelinya barang itu, misalnya dibeli dengan harga yang sangat murah dan dibawah harga pasar.
- 3) Unsur barang yang diperoleh dari kejahatan, dibagi menjadi dua macam sifat, yaitu:

- a) barang yang didapat dari kejahatan, misalnya barang-barang hasil pencurian, penggelapan, penipuan atau pemerasan. Sifat dari barang tersebut tidak kekal, artinya apabila barang tersebut telah diterima oleh seseorang secara beritikad baik (*ter goedertrouw*), maka sifat barang yang didapat dari kejahatan tersebut hilang, sehingga jika barang tersebut dibeli dan sebagainya oleh seseorang yang memiliki etikad baik maka orang tersebut tidak dapat dikenakan hukuman karena tindak penadahan.
- b) Barang yang terjadi karena telah dilakukan kejahatan, misalnya uang palsu, ijazah palsu, dan lain-lain. Sifat barang dari kejahatan tersebut adalah kekal, artinya barang-barang itu bagaimanapun keadaannya, senantiasa tetap dan terus menerus dipandang sebagai barang yang diperoleh dari kejahatan dan apabila diketahui asal-usulnya tidak bisa dibeli, disimpan, diterima sebagai hadiah dan sebagainya, tanpa dikenakan hukuman.

Pada penelitian ini yang ingin penulis teliti adalah cd bajakan yang dibeli dan digunakan dengan tidak bermaksud untuk mendapatkan keuntungan dan cd bajakan yang merupakan barang yang terjadi karena telah dilakukannya kejahatan.

i. Faktor Demografis

Faktor demografis menggambarkan karakteristik populasi. Faktor demografis yang akan diteliti meliputi:

- 1) Jenis Kelamin, dibedakan menjadi :

- a) Laki – laki
  - b) Perempuan
- 2) Usia, dibedakan menjadi : (Boyd, *et al.*, 2000)
- a)  $\leq$  25 tahun
  - b) 26 tahun -35 tahun
  - c) 36 tahun - 45 tahun
  - d)  $\geq$  46 tahun
- 3) Jenis pekerjaan dibedakan menjadi :
- a) Pelajar / Mahasiswa
  - b) Wiraswasta
  - c) Pegawai Negeri
  - d) Pegawai Swasta
  - e) Ibu Rumah Tangga
- 4) Pendidikan terakhir, dibedakan menjadi:
- a) Tidak Sekolah
  - b) Lulus SD
  - c) Lulus SMP
  - d) Lulus SMU
  - e) Lulus Akademi / Perguruan Tinggi
- 5) Penghasilan atau pendapatan ( per bulan ) dibedakan menjadi :
- a) Dibawah Rp.500.000,00
  - b) Rp.500.000,00 – Rp.1.499.999,00
  - c) Rp.1.500.000,00 – Rp.2.499.999,00
  - d) Rp.2.500.000,00 – Rp.3.499.999,00

e) Diatas Rp.3.500.000,00

### 3. Keaslian Penelitian

Telah banyak penelitian sebelumnya mengenai pembajakan dan pemalsuan, namun kebanyakan dari mereka hanya memfokuskan pada pembajakan software dan pemalsuan produk pakaian (seperti: Chow Hou, *et al.*,1995; Bloch, *et al.*,1993; Shultz II and Nill,2002; Tom, *et al.*,1998) serta penulis hanya menemukan satu penelitian tentang sikap dan faktor demografis dari konsumen dalam pembelian CD bajakan dengan obyek penelitian konsumen di China berupa jurnal yaitu penelitian yang dilakukan oleh Kwong., *et al.*, dengan judul “*The Effect Of Attitudinal And Demographic Factors On Intention To Buy Pirated Cds: The Case Of Chinese*” dengan metode penelitian yang berbeda dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Namun apabila ternyata telah ada penelitian yang sama dengan penelitian ini, maka penelitian ini sebagai pelengkap penelitian yang terdahulu, tetapi tulisan ini tidak diambil dari penelitian yang terdahulu.

### 4. Manfaat Penelitian

Dengan mengadakan penelitian ini, maka diharapkan hasil penelitian dapat mempunyai manfaat:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya serta ilmu hukum dan ekonomi terutama mengenai hak cipta dan pemasaran pada khususnya.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak pemerintah serta memberikan kejelasan secara yuridis tentang perlindungan hukum terhadap hak cipta.

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan diadakan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan mengevaluasi sikap konsumen terhadap atribut-atribut CD bajakan.
2. Untuk mengetahui, menganalisis dan mengevaluasi faktor demografis mempengaruhi konsumen untuk membeli CD bajakan atau tidak.
3. Untuk mengetahui, menganalisis dan mengevaluasi sanksi pidana terhadap konsumen yang membeli CD Bajakan.

## **C. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bagian ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, keaslian penelitian, manfaat penelitian, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

## BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini akan dibahas mengenai tinjauan pustaka yang berisi seperti: ruang lingkup Hak Atas Kekayaan Intelektual, sejarah Hak Cipta, pengertian Hak Cipta, jenis ciptaan yang dilindungi, pengecualian dan pembatasan Hak Cipta, kepemilikan Hak cipta, pendaftaran Hak Cipta, pengertian perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan proses pengambilan keputusan pembelian. Selain itu juga akan dibahas mengenai landasan teori, seperti penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai tolok ukur dalam melakukan penelitian dan sikap konsumen, yang terdiri dari: pengertian sikap konsumen, tiga komponen sikap, fungsi sikap dan sumber pengaruh terhadap pembentukan sikap, serta tinjauan yuridis yaitu Undang-Undang Dasar 1945 hasil amandemen keempat Pasal 28G ayat (1), Undang-Undang Nomor 73 Tahun 1958 Lembaran Negara RI Nomor 127 Tahun 1958 tentang berlakunya Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1946 diseluruh wilayah Indonesia tentang Peraturan Hukum Pidana yang selanjutnya disebut KUHP Pasal 480 mengenai penadahan serta Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Lembaran Negara RI Nomor 85 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 Lembaran Negara RI Nomor 42 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian ini menjelaskan tentang jenis penelitian, data, populasi dan sampel penelitian, definisi dan alat ukur variabel penelitian, alat analisis, dan metode analisis data.

**BAB IV : ANALISIS HASIL DAN PENGUJIAN HIPOTESIS**

Bagian ini membahas mengenai analisis data yang dilakukan dan pengujian hipotesis.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang sudah dilakukan.