LEGALITAS PRODUKSI PARFUM *DUPE*: STUDI PERBANDINGAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF

SKRIPSI

DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU HUKUM ISLAM/ILMU HUKUM

OLEH:

FACHRI QOLBI AZIZI
NIM: 22103060017

PEMBIMBING:

VITA FITRIA, S.Ag., M.Ag.
NIP: 19710802 200604 2 001

PROGRAM STUDI PERBANDINGAN MAZHAB
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2026

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Tren duplikasi aroma atau yang dikenal sebagai parfum *dupe* berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi analisis kimia *Gas Chromatography-Mass Spectrometry* (GC-MS) serta masifnya promosi di media sosial. Fenomena ini menawarkan alternatif wewangian ekonomis bagi konsumen yang menginginkan sensasi produk *high end*, namun berpotensi mengancam inovasi dan menimbulkan kerugian finansial yang besar bagi industri parfum orisinal. Hingga saat ini, status hukum produksi parfum *dupe* di Indonesia masih berada dalam wilayah abu-abu (*grey area*) akibat ketiadaan regulasi yang secara eksplisit dan tegas mengaturnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) atas aroma parfum serta menganalisis dan membandingkan legalitas produksi parfum *dupe* berdasarkan perspektif hukum Islam dan hukum positif.

Penelitian ini merupakan penelitian pustaka (*library research*) yang memiliki sifat deskriptif-analitis-komparatif dan menggunakan pendekatan yuridis normatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi kepustakaan, yakni menghimpun dan menelaah data primer berupa Al-Qur'an, Hadis, dan regulasi perundang-undangan (khususnya HKI), serta data sekunder yang mencakup buku, karya ilmiah, dan jurnal. Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif. Analisis tersebut membedah objek permasalahan dengan cara mengintegrasikan teori qiyās guna melihat penganalogian replikasi aroma di dalam Islam, serta memakai teori legalitas untuk memetakan kepastian dan konsekuensi hukumnya di ranah hukum positif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hukum Islam dan hukum positif mencapai kesimpulan yang sama yakni tidak memperbolehkan praktik produksi parfum dupe, namun dengan basis metodologi dan konstruksi argumentasi yang berbeda. Dalam perspektif hukum Islam, legalitas produksi parfum dupe dihukumi haram melalui metode qiyās karena setara dengan perbuatan mengambil harta secara batil (*akl al-amwāl bi al-bāṭil*) yang mengeksploitasi HKI pihak lain, mendatangkan kemudaratan (*ḍarar*), serta mengandung unsur *gharar fāḥisy* akibat pengaburan spesifikasi bahan kimia sintetis yang digunakan. Sementara itu, dalam hukum positif, praktik ini memang tidak dapat dikategorikan sebagai tindak pidana murni karena terhalang oleh prinsip *Lex Scripta* dan adanya kekosongan hukum (*vacuum of norm*) terkait hak cipta aroma. Akan tetapi, produksi parfum dupe dapat ditindak melalui jalur perdata sebagai Perbuatan Melawan Hukum (PMH) berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata, karena dinilai mengandung iktikad buruk (*bad faith*) dan pemanfaatan reputasi secara tidak sehat (*free riding*) yang bertentangan dengan kebiasaan baik dan keadilan di masyarakat.

Kata Kunci: Parfum *Dupe*, Hukum Islam, Hukum Positif

ABSTRACT

The trend of fragrance replication known as "dupe perfumes" has grown rapidly alongside advances in Gas Chromatography-Mass Spectrometry (GC-MS) technology and massive promotion on social media. This phenomenon offers an affordable fragrance alternative for consumers seeking the experience of high-end products, but it has the potential to threaten innovation and cause significant financial losses for the original perfume industry. To date, the legal status of dupe perfume production in Indonesia remains in a grey area because there are no regulations that explicitly and clearly govern it. Therefore, this study aims to examine the protection of intellectual property rights (IPR) regarding perfume scents and to analyze and compare the legality of dupe perfume production from the perspectives of Islamic law and positive law.

This study is a descriptive-analytical-comparative library research project that employs a normative legal approach. Data collection was conducted using a literature review technique, namely by compiling and examining primary data in the form of the Qur'an, Hadith, and legislation (particularly intellectual property law), as well as secondary data including books, scholarly works, and journals. All collected data were then analyzed qualitatively. This analysis dissects the subject matter by integrating the theory of qiyās to examine the analogy of scent replication in Islam, as well as applying the theory of legality to map out its legal certainty and consequences within the realm of positive law.

The results of this study show that Islamic law and positive law reach the same conclusion—namely, that the production of dupe perfumes is not permitted—though they do so based on different methodological approaches and lines of reasoning. From the perspective of Islamic law, the legality of dupe perfume production is deemed haram through the method of qiyās because it is equivalent to the act of unlawfully acquiring property (akl al-amwāl bi al-bāṭil), which exploits another party's intellectual property rights, causes harm (ḍarar), and contains elements of gharar fāḥish due to the obscuring of the specifications of the synthetic chemicals used. Meanwhile, under positive law, this practice cannot be categorized as a purely criminal offense due to the principle of Lex Scripta and the existence of a legal vacuum (vacuum of norm) regarding the copyright of scents. However, the production of dupe perfumes can be addressed through civil proceedings as a tort (PMH) under Article 1365 of the Civil Code, as it is deemed to involve bad faith and the unfair exploitation of reputation (free riding), which contravenes good customs and justice in society.

***Keywords**: Dupe Perfume, Islamic Law, Positive Law*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fachri Qolbi Azizi

NIM : 22103060017

Program Studi : Perbandingan Mazhab

Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "LEGALITAS PRODUKSI PARFUM DUPE: STUDI PERBANDINGAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF" adalah asli, hasil karya atau laporan penelitian saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Yogyakarta, 21 Juli 2026
6 Safar 1448 H

Yang Menyatakan



Fachri Qolbi Azizi
NIM: 22103060017

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Fachri Qolbi Azizi

Kepada Yth.,

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Fachri Qolbi Azizi

NIM : 22103060017

Judul : "Legalitas Produksi Parfum *Dupe*: Studi Perbandingan Hukum Islam dan Hukum Positif"

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Perbandingan Mazhab Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam/Ilmu Hukum.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 21 Juli 2026
6 Safar 1448 H

Pembimbing

Vita Fitria, S.Ag., M.Ag.
NIP: 19710802 200604 2 001

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1059/Un.02/DS/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : LEGALITAS PRODUKSI PARFUM *DUPE* : STUDI PERBANDINGAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FACHRI QOLBI AZIZI
Nomor Induk Mahasiswa : 22103060017
Telah diujikan pada : Jumat, 31 Juli 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Vita Fitria, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6a87fa0fd7462

Penguji I

Dr. H. Wawan Gunawan, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6a86a1ebb906a

Penguji II

Husnul Khitam, Lc., M.H.
SIGNED

Valid ID: 6a868bc7cdfd3

Yogyakarta, 31 Juli 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6a8ba51d70a83

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

"It always seems impossible until it's done"

Nelson Mandela

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

"Penulis mempersembahkan karya ini kepada Alm. Ayah, Ibu, Guru, Keluarga, dan para Fraghead"

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi yang dimaksud dalam skripsi ini adalah pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin. Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan transliterasi berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba‘	B	be
ت	Ta‘	T	te
ث	Ṡa‘	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ḥa‘	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha‘	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Żal	Ż	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra‘	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa‘	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa‘	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa‘	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	en’
و	Waw	W	w
ه	Ha’	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya’	Y	ye

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah*

مُتَعَدِّدَة	ditulis	*muta’addidah*
عِدَّة	ditulis	*’iddah*

C. *Ta‘ Marbûṭah* di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h.

حِكْمَةٌ	ditulis	*ḥikmah*
عِلَّةٌ	ditulis	*'illah*

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang al serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	ditulis	*Karāmah al-Auliyā'*

3. Bila *ta'marbûţah* hidup atau dengan harakat fatḥah, kasrah dan ḍammah ditulis t atau h.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	ditulis	*Zakāh al-Fiţri*

D. Vokal Pendek

ـَـــ	Fatḥah	ditulis	a
ـِـــ	Kasrah	ditulis	i
ـُـــ	Ḍammah	ditulis	u

E. Vokal Panjang

Fatḥah + alif	إستحسان	ditulis	ā: *Istiḥsān*
Fatḥah + ya' mati	أنثى	ditulis	ā: *Unśā*
Kasrah + yā' mati	العلواني	ditulis	ī: *al-'Ālwānī*
Ḍammah + wāwu mati	علوم	ditulis	û: *'Ulûm*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

F. Vokal Rangkap

Fatḥah + ya' mati	غيرهم	ditulis	ai: *Gairihim*
Fatḥah + wawu mati	قول	ditulis	au: *Qaul*

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	ditulis	*a'antum*
أعدت	ditulis	*u'iddat*
لإن شكرتم	ditulis	*la'in syakartum*

H. Kata Sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

القرآن	ditulis	*Al-Qur'ān*
القياس	ditulis	*al-Qiyās*

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el)nya.

الرسالة	ditulis	*ar-Risālah*
النساء	ditulis	*an-Nisā'*

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

أهل الرأي	ditulis	*Ahl ar-Ra'yi*
أهل السنة	ditulis	*Ahl as-Sunnah*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosa kata Arab yang lazim dalam bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya hadis, lafaz, shalat, zakat dan sebagainya.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah di-Latin-kan oleh penerbit, seperti judul buku Al-Hijab, Fiqh Mawaris, Fiqh Jinayah dan sebagainya.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf Latin, misalnya M. Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh dan sebagainya.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Mizan, Hidayah, Taufiq, Al-Ma'arif dan sebagainya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ.

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW., yang telah mengantarkan umat manusia dari zaman *jahiliyyah* menuju zaman *Islamiyyah* seperti saat ini.

Skripsi yang berjudul "Legalitas Produksi Parfum *Dupe*: Studi Perbandingan Hukum Islam dan Hukum Positif" ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Vita Fitria, S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Program Studi Perbandingan Mazhab UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih Ibu selalu memberikan informasi terbaru, selalu responsif terhadap mahasiswanya, dan menjadi Ketua Program Studi dan Dosen Pembimbing Skripsi terbaik.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

4. Dr. H. Wawan Gunawan, S.Ag., M.Ag., selaku Dosen Penguji Skripsi I. Terima kasih telah memberikan banyak masukan dan pengetahuan terhadap skripsi saya, sehingga skripsi ini menjadi skripsi yang baik.
5. Husnul Khitam, Lc., M.H., selaku Dosen Penguji Skripsi II. Terima kasih telah memberikan banyak kritik dan saran mengenai skripsi ini supaya menjadi skripsi yang baik.
6. Surur Roiqoh, M.H., selaku Sekretaris Program Studi Perbandingan Mazhab UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Dr. Muhammad Anis Mashduqi, Lc., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh Dosen Program Studi Perbandingan Mazhab serta seluruh staf Tata Usaha Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terima kasih atas ilmu, bimbingan, serta bantuan yang telah diberikan selama penulis menempuh studi hingga menyelesaikan skripsi. Peran dan kontribusi yang diberikan sangat berarti dalam mendukung kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
9. Alm. Sudiharto, Ayah yang semasa hidup mengajarkan arti kekuatan, ketegasan, dan tanggung jawab seorang laki-laki. Sosok yang tidak banyak berbicara, namun setiap kalimat yang disampaikan selalu bermakna dalam dan membekas.
10. Siti Iswati, Ibu yang senantiasa mengingatkan penulis pada tujuan utama kehidupan, bekerja tanpa lelah demi masa depan anaknya, dan mengiringi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

setiap langkah dengan doa-doa terbaik, serta terus menanamkan kesadaran akan akhirat.

11. Salwa Mayla Astrifin, sosok istimewa yang setia menemani sekaligus membangkitkan semangat untuk terus melanjutkan penulisan skrpsi ini, yang senantiasa hadir sebagai sandaran, dan yang selalu menjadi *support system* bagi penulis.
12. Teman-teman Perbandingan Mazhab Angkatan 2022, yang telah menjadi bagian dari dinamika belajar, diskusi, perbedaan pandangan, dan kebersamaan akademik selama masa studi.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga segala kebaikan tersebut mendapat balasan yang sebaik-baiknya.

Yogyakarta, 13 Juli 2026

Penulis,



Fachri Qolbi Azizi

22103060017

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

ABSTRAK ..... **ii**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **iv**

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **v**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **vi**

MOTTO ..... **vii**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **viii**

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ..... **ix**

KATA PENGANTAR ..... **xiv**

DAFTAR ISI ..... **xvii**

DAFTAR TABEL ..... **xx**

DAFTAR GAMBAR ..... **xxi**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 8

C. Tujuan dan Kegunaan 8

D. Telaah Pustaka 9

E. Kerangka Teori 13

F. Metode Penelitian 16

G. Sistematika Pembahasan 19

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB II LANDASAN TEORI 21

A. *Qiyās* 21

1. Pengertian *Qiyās* 21
2. Kehujjahan *Qiyās* 22
3. Rukun dan Syarat *Qiyās* 29
4. Pembagian *Qiyās* 33
5. *Masālik al-'Illat* 37

B. Asas Legalitas 49

1. Definisi Asas Legalitas 50
2. Makna Asas Legalitas 53
3. Prinsip Asas Legalitas 56

BAB III TINJAUAN UMUM PERLINDUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DAN PARFUM *DUPE* 61

A. Tinjauan Umum Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual 61

1. *Ḥaqq al-Ibtikār* dalam Hukum Islam 61
2. Hak Kekayaan Intelektual dalam Hukum Positif 85

B. Tinjauan Umum Parfum *Dupe* 110

1. Definisi dan Karakteristik Parfum *Dupe* 110
2. Mekanisme Replikasi Aroma Menggunakan Teknologi *Gas Chromatography-Mass Spectrometry* (GC-MS) 115
3. Kasus-Kasus Dalam Industri Parfum *Dupe* 119

BAB IV ANALISIS LEGALITAS PRODUKSI PARFUM *DUPE* BERDASARKAN *QIYĀS* DAN ASAS LEGALITAS STUDI PERBANDINGAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF 123

A. Analisis Legalitas Produksi Parfum *Dupe* Berdasarkan *Qiyās* Perspektif Hukum Islam 123

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

B. Analisis Legalitas Produksi Parfum *Dupe* Berdasarkan Asas Legalitas Perspektif Hukum Positif 132

C. Perbandingan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Legalitas Produksi Parfum *Dupe* 140

1. Persamaan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Legalitas Produksi Parfum *Dupe* 140

2. Perbedaan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Legalitas Produksi Parfum *Dupe* 141

BAB V PENUTUP 144

A. Kesimpulan 144

B. Saran 145

DAFTAR PUSTAKA 147

LAMPIRAN-LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Objek yang Dilindungi dan Tidak Dilindungi Hak Cipta 89

Tabel 3. 2 Objek yang Dilindungi dan Tidak Dilindungi Paten..... 96

Tabel 3. 3 Objek yang Dilindungi dan Tidak Dilindungi Rahasia Dagang..... 102

Tabel 3. 4 Perbandingan Parfum Asli, *Dupe*, dan Palsu.....113

Tabel 4. 1 Perbandingan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Legalitas Produksi Parfum *Dupe* 143

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 *Mancera Red Tobacco* 113

Gambar 3. 2 *Fragrance World Montera Rouge Tobacco* 113

Gambar 3. 3 *Jean Paul Gaultier Le Male Le Parfum* 114

Gambar 3. 4 *Fragrance World John Gustav Homme Le Parfum* 114

Gambar 3. 5 *Yves Saint Laurent Y Eau de Parfum* 114

Gambar 3. 6 *Fragrance World YYY (Prive Series)* 114

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dinamika industri mode yang responsif terhadap tren kerap diwarnai kontroversi terkait fenomena duplikasi produk, atau yang populer disebut *dupe*.[1] Terminologi *dupe* merujuk pada praktik peniruan atau imitasi suatu produk, yang melibatkan proses visualisasi dan perwujudan ide dalam karya dengan tingkat kemiripan tingkat tinggi, sangat bergantung pada koordinasi kognitif dan motorik.[2] Produk *dupe* umumnya tidak mengklaim sebagai produk asli dan seringkali menggunakan merek atau label sendiri untuk menghindari kebingungan konsumen.[3] Tujuan fundamental dari produksi *dupe* adalah menyajikan pengalaman atau daya tarik estetika serupa dengan produk asli, namun dengan harga yang lebih terjangkau, yang menjadikannya sebagai alternatif dari produk *high end*.[4]

Sektor parfum, sebagai bagian tak terpisahkan dari industri mode, turut mengalami dinamika dan kontroversi serupa. Tren duplikasi yang berkembang di industri mode secara umum kini merambah ke sektor parfum, menciptakan kategori

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[1] Mikhail Muhammad Ashiddiq, dkk., "Perlindungan Desain Industri Terhadap Praktik Peniruan Desain Berdasarkan Kualifikasi Kebaruan Desain Industri." *PALAR (Pakuan Law Review)*, Vol 7:2 (2021), hlm. 99.

[2] Andrieansjah Soeparman, *Hak Desain Industri Berdasarkan Penilaian Kebaruan Desain Industri*, cet. ke-1 (Bandung: PT. Alumni, 2013), hlm. 85.

[3] Laura Roselius, The Dupe Phenomenon, https://www.bocoip.com/en/the-dupe-phenomenon/, diakses pada 19 Juni 2026.

[4] Dane Hurtubise, A Brief History of Dupes: How Dupes Have Shaped Clothing, Couches, and Cosmetics, https://www.spoken.io/blog/a-brief-history-of-dupes, diakses 19 Juni 2026.

produk yang dikenal sebagai parfum *dupe*.[5] Meskipun belum terdapat definisi baku, parfum *dupe* di pasaran dapat diistilahkan sebagai parfum yang dirancang untuk meniru atau mereplikasi aroma dari parfum *high end* yang harganya mahal. Harga parfum *dupe* yang lebih murah seringkali disebabkan oleh perbedaan bahan baku yang digunakan, meskipun upaya replikasi aroma tetap menjadi fokus utama. Namun, perlu dicatat bahwa kualitas dan daya tahan parfum *dupe* mungkin tidak sama dengan parfum aslinya.[6]

Beberapa contoh parfum *dupe* yang sudah terkenal di pasar wewangian skala global antara lain; *Montera Rouge Tobacco* dari *Fragrance World*, *John Gustav Homme Le Parfum* dari *Fragrance World*, *YYY (Prive Series)* dari *Fragrance World*, dan masih banyak lagi dari merek *Fragrance World* itu sendiri.[7] Kehadiran parfum-parfum ini mengindikasikan bahwa isu peniruan bukanlah hal baru dalam industri mode maupun wewangian. Parfum *dupe* telah menghiasi industri wewangian selama beberapa dekade, memenuhi permintaan masyarakat yang menginginkan kemewahan parfum *high end* namun memiliki keterbatasan finansial.[8]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[5] Lia Yati dan Achi Yasmin Siagian, "Perkembangan Produk Parfum *Inspired By: Le*galitas Izin Edar Produksi Parfum Inspired", *Constituo: Jurnal Riset Hukum Kenegaraan & Politik*, Vol 4:1 (Juni 2025), hlm. 151.

[6] Cerysa Nur Insani, Harga Lebih Murah Tapi Wangi Mirip Parfum Mahal, Apa Itu Parfum Dupe?, https://stylo.grid.id/read/144149230/harga-lebih-murah-tapi-wangi-mirip-parfum-mahal-apa-itu-parfum-dupe?page=all#goog_rewarded, diakses pada 20 Juni 2025.

[7] Rumah Parfum, 5 Rekomendasi Merek Parfum Mewah dengan Alternatif yang Terjangkau, https://rumahparfum.com/blog/208_alternatif-parfum-mewah-rekomendasi-merek-dengan-harga-bersahabat.html, diakses pada 10 Februari 2026.

[8] Are Perfume Dupes Illegal?, https://aromapassions.com/blogs/perfume-dupe-blog/are-perfume-dupes-illegal?srsltid=AfmBOora-jbYYquOsJlpYoRKiB10pPcXtyh_zm0damo9GYcWWc2r0WP6, diakses pada 20 Juni 2026.

Fenomena parfum *dupe* semakin menguat di era modern berkat kemajuan teknologi dan pengetahuan kimia yang signifikan. Perusahaan kini mampu menganalisis komposisi parfum *high end* dengan mudah melalui teknologi *gas chromatography-mass spectrometry* (GC-MS) untuk mengidentifikasi molekul dan senyawa pembentuk aroma.[9] Teknologi ini memungkinkan produsen parfum *dupe* menciptakan aroma yang mendekati orisinal tanpa melalui proses pengembangan ekstensif yang biasa dilakukan oleh *perfumer* independen.[10]

Popularitas parfum *dupe* di Indonesia terus meningkat sejalan dengan tren global. Pendorong utamanya adalah media sosial, khususnya platform seperti *Tiktok*. Generasi Z, sebagai segmen pengguna media sosial paling aktif dan konsumen parfum *dupe* terbesar, menjadikan parfum sebagai kategori produk yang paling banyak dicari dan dibeli di *Tiktok* sepanjang tahun 2023.[11] Banyak *influencer yan*g secara transparan merekomendasikan parfum *dupe*. Salah satu tren viral di *Tiktok* yang berkontribusi signifikan terhadap popularitas parfum *dupe* adalah *blind buying,* yaitu praktik pembelian parfum tanpa mencobanya terlebih dahulu, hanya berdasarkan ulasan daring.[12] Selain itu, eksistensi parfum *dupe* di pasaran juga

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[9] Michelle Syiemlieh, Unlocking the Scent Secrets: How Perfume Dupes Replicate Luxury, https://fashionlawjournal.com/scent-secrets-perfume-dupes-replicate-luxury/, diakses pada 20 Juni 2026.

[10] Claire Murashima, Perfume dupes are in. Here's what to know before buying one, https://www.npr.org/2025/05/07/nx-s1-5377539/fragrance-dupes-popular-how-to-buy, diakses pada 20 Juni 2025.

[11] Ella Proctor, The Power Of Fragrance Marketing On Social Media, https://sociallypowerful.com/post/fragrance-marketing-on-*tiktok*, diakses pada 21 Juni 2026.

[12] Fauzan Suryo Wibowo, Parfum Dupe: Arti, Kualitas, Keamanan, dan Tips Memilihnya, https://maklonkosmetik.co.id/apa-itu-parfum-dupe/#:~:text=Apa%20Itu%20Parfum%20Dupe?,brand%20mewah%20atau%20desainer%20ternama, diakses pada 21 Juni 2026.

didorong oleh perkembangan *e-commerce yan*g semakin luas dalam beberapa tahun terakhir.[13] Kemudahan akses untuk membeli parfum *dupe* melalui platform *e-commerce* seperti *Shopee* dan *Tokopedia* pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif masyarakat.[14]

Meskipun penjualan parfum *dupe* merajalela karena harganya yang jauh lebih murah dibandingkan parfum aslinya, fenomena ini berpotensi merugikan industri parfum secara keseluruhan. Apabila preferensi konsumen beralih ke parfum *dupe*, hal ini dapat mengancam target pasar perusahaan parfum *high end* dan menyebabkan kerugian finansial yang besar.[15] Kondisi ini juga berpotensi menghambat inovasi dan kreativitas dalam industri parfum, yang pada akhirnya merugikan para pecinta parfum *high end* di seluruh dunia.[16] Implikasinya, muncul pertanyaan mengenai sejauh mana perangkat hukum terkait hak kekayaan intelektual (HKI) mampu memberikan perlindungan kepada pemegang hak, sehingga memicu perdebatan sengit mengenai legalitas produksi parfum *dupe*.[17]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[13] Desyane Pradilla Galuh Savitri dan Ni Ketut Supasti Dharmawan, "Perlindungan Merek Terkenal Yang Dicantumkan Sebagai *Inspired Perfume* Dalam Promosi Produk", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol 12:7 (2024), hlm. 1505.

[14] Zahra Embun Kusumaningtiyas, Nur Saidah Agustina, dan Rika Yuliastanti, "Analisis Penjualan Parfum Berbasis *E-Commerce* pada UMKM Demanda Parfum Surabaya", *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, Vol 3:1 (2025), hlm. 187.

[15] Can Parfume Fragrance be Protected by Copyrights Law in Indonesia?, https://ambadar.com/insights/copyright/can-parfume-fragrance-be-protected-by-copyrights-law-in-indonesia/, diakses pada 21 Juni 2026.

[16] The Truth About Perfume Dupes: Why You Should Think Twice Before Buying Them, https://www.videsanges.com/blogs/niche-perfume/the-truth-about-perfume-dupes-why-you-should-think-twice-before-buying-them, diakses pada 21 Juni 2026.

[17] Massimo Baghetti, Paolo Burdese, dan Leone Cei, The 'Dupe' Phenomenon and The Protection of Intellectual and Industrial Property Rights, https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=ca794027-72f6-4882-882d-9322e8244e65, diakses pada 30 Desember 2025.

Eskalasi produksi parfum *dupe* yang dilakukan secara masif berpotensi mencederai prinsip keadilan dalam muamalah dan perlindungan harta (*ḥifẓ al-māl*). Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang melekat pada produk *high end* yang berupa formula aroma hasil riset mendalam dipandang oleh mayoritas ulama kontemporer sebagai *ḥuqūq māliyyah* (hak kekayaan). Dikarenakan mempunyai nilai ekonomis, akhirnya formula aroma wajib dilindungi dari segala bentuk kezaliman atau *ḍarar* (kerugian).[18] Praktik meniru dan memproduksi ulang aroma tanpa izin untuk tujuan komersial, yang secara nyata menggerus keuntungan dan menghambat inovasi pemilik hak asli, dapat dikategorikan sebagai bentuk pengambilan hak orang lain secara batil. Jika fenomena ini terus dibiarkan tanpa tinjauan hukum yang tegas, dikhawatirkan akan melanggengkan praktik bisnis yang tidak etis yang mematikan kreativitas pencipta asli demi keuntungan pihak peniru, yang secara substansial bertentangan dengan semangat syariah untuk menciptakan kemaslahatan dan persaingan yang sehat.

Penelitian mengenai parfum *dupe* secara spesifik memang masih terbatas. Namun, penelitian mengenai produk *dupe* atau produk tiruan secara umum telah menjadi objek kajian dari berbagai perspektif, khususnya dalam tinjauan hukum Islam dan hukum positif. Dalam penelitiannya yang ditinjau menurut hukum Islam, Sidqon Famulaqih menyimpulkan bahwa praktik jual beli merek tiruan dalam hukum Islam memiliki dua hukum pada dua kondisi, yaitu haram dan mubah. Hukum asal jual beli merek tiruan adalah haram, namun karena adanya *rukhsah*

[18] Miftakhul Huda, "Konsep Dan Kedudukan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Hukum Islam." *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, Vol 1:1 (2020), hlm. 45. 35-48.

(keringanan) untuk meringankan pembeli dalam memenuhi kebutuhannya, maka hukumnya menjadi boleh.[19]

Dalam kajian perspektif hukum positif, Jessica Sutanto menyatakan bahwa Indonesia belum memberikan perlindungan hukum terhadap penggunaan merek parfum dalam iklan promosi, karena penggunaan merek yang tidak melekat pada produk tidak dikategorikan sebagai penggunaan merek.[20] Senada dengan itu, Dosen Kekayaan Intelektual dari Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Angga Priancha, dalam wawancara dengan *The Finery Report* berpendapat bahwa apabila seseorang menjual parfum yang mirip aromanya dengan parfum lain yang sudah ada, namun menggunakan merek dagangnya sendiri dan tidak pernah menyebutkan merek dagang lain dalam promosinya, maka orang tersebut tidak melanggar hukum.[21] Dosen Fakultas Hukum Universitas Indonesia lainnya, Hening Hapsari Setyorini, juga berpendapat bahwa perbuatan memproduksi parfum yang terinspirasi dari aroma parfum lain tidak dapat diklasifikasikan sebagai pelanggaran jika pelaku usaha tidak mengetahui secara pasti komposisi parfum yang dijadikan inspirasi, melainkan hanya meracik sendiri komposisi parfum hingga menghasilkan aroma yang mirip. Namun, hal ini berbeda jika perbuatan tersebut dilakukan untuk memproduksi parfum tiruan, seperti menggunakan botol, kemasan, dan nama yang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[19] Sidqon Famulaqih, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Merek Tiruan di Pasar Kliwon Kudus", *Skripsi* Universitas Islam Negeri Walisongo, (2020), hlm. 58.

[20] Jessica Sutanto, "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Penggunaan Dalam Iklan Promosi Untuk Memasarkan Parfum Beraroma Serupa", *Skripsi* Universitas Hasanuddin, (2022), hlm. 252.

[21] Olivia Nabila, "Antara *Inspired Perfume Dan* Hukum Yang Mengawasinya', https://tfr.news/articles/2022/8/10/antara-inspired-perfume-dan-hukum-yang-mengawasinya, diakses pada 21 Juni 2026.

mirip dengan parfum lain, sehingga menimbulkan kekeliruan bagi konsumen, maka ini merupakan pelanggaran hukum.[22] Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dari berbagai penelitian yang telah dilakukan, terdapat perbedaan dalam menilai legalitas produk *dupe* antara hukum Islam dan hukum positif.

Pemilihan parfum *dupe* sebagai objek penelitian didasarkan pada status hukumnya yang hingga saat ini masih berada dalam wilayah abu-abu (*grey area*) karena belum terdapat pengaturan yang secara tegas mengatur legalitas praktik produksinya. Namun, parfum *dupe* itu sendiri sudah menjadi tren yang berkembang pesat belakangan di berbagai platform media sosial seperti *Tiktok*, *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, *X*, dan lainnya, khususnya di kalangan generasi muda. Di sisi lain, viralitas ini berpotensi menimbulkan dampak yang besar terhadap banyak perusahaan parfum *high end*. Penulis memilih untuk membandingkan antara hukum Islam dan hukum positif dalam penelitian ini dengan alasan karena kedua sistem hukum ini memiliki pengaruh signifikan dalam pembentukan norma dan regulasi di Indonesia. Hukum Islam secara spesifik mengatur kehidupan umat Islam, sementara hukum positif berlaku secara umum untuk seluruh masyarakat Indonesia.[23] Dengan membandingkan kedua sistem hukum ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[22] Erizka Permatasari, "Hukumnya Memproduksi Parfum yang Aromanya Terinspirasi dari Merek Lain", https://www.hukum*online.com*/klinik/a/hukumnya-memproduksi-parfum-yang-aromanya-terinspirasi-dari-merek-lain-lt606ab4b79bca2/, diakses pada 21 Juni 2026.

[23] Afifah Syawie, "Studi Komparatif Hukum Positif dan Hukum Islam terhadap Hybrid Contract pada Bank Syariah," *Al-Mazaahib: Jurnal Perbandingan Hukum*, Vol. 10:1 (Juni 2022), hlm. 75-76.

legalitas produksi parfum *dupe*, baik dari perspektif hukum Islam maupun hukum positif.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas dan sejauh penelusuran literatur oleh penulis, belum terdapat penelitian yang secara spesifik mengkaji legalitas produksi parfum *dupe*. Oleh karena itu, diperlukan penelitian baru untuk mengetahui bagaimana legalitas atau hukumnya. Penulis tertarik untuk menganalisis dan membandingkan antara hukum Islam dan hukum positif, mengingat kedua sistem hukum tersebut berlaku di Indonesia. Maka dari itu, penelitian ini berjudul "**LEGALITAS PRODUKSI PARFUM *DUPE*: STUDI PERBANDINGAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF**".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum aroma parfum terhadap hak kekayaan intelektual menurut hukum Islam dan hukum positif?
2. Bagaimana legalitas produksi parfum *dupe* menurut hukum Islam dan hukum positif?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan
   a. Mengetahui perlindungan hukum aroma parfum atas hak kekayaan intelektual menurut hukum Islam dan hukum positif.
   b. Mengetahui legalitas produksi parfum *dupe* menurut hukum Islam dan hukum positif.
2. Kegunaan
   a. Secara Akademis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

1) Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya pada hukum Islam dan hukum positif.
2) Dapat menambah literatur dan referensi kepustakaan dalam ilmu hukum mengenai status hukum produksi parfum *dupe* menurut hukum Islam dan hukum positif melalui analisis komparatif hukum Islam dan hukum positif.
3) Menjadikan penelitian yang dapat menjadi acuan bagi peneliti yang sejenis dan sama pada masa selanjutnya.

b. Secara Praktis

1) Penelitian ini menjadikan penulis untuk mengembangkan pola pikir ilmiah, khususnya dalam ilmu hukum, dan mengetahui sejauh mana kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang diperolehnya.
2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah masukan bagi seluruh pihak yang berkepentingan.

D. Telaah Pustaka

Sepanjang penelusuran yang penulis lakukan, belum ditemukan literatur yang secara spesifik membahas tentang legalitas produksi parfum *dupe* dari sudut pandang hukum Islam maupun hukum positif. Namun, terdapat beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. Beberapa literatur tersebut sebagai berikut.

Skripsi yang ditulis oleh Sidqon Famulaqih dan diterbitkan oleh Universitas Islam Negeri Walisongo pada tahun 2020 dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Merek Tiruan di Pasar Kliwon Kudus". Hasil yang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

diperoleh dalam penelitian ini adalah dalam pandangan hukum Islam, jual beli merek tiruan tidak memenuhi syarat dari rukun objek jual beli, karena dari objek (merek tiruan) masih mengandung hak milik orang lain. Akan tetapi, mempertimbangkan faktor pendorong praktik jual beli merek tiruan, yaitu keterbatasan ekonomi masyarakat, terdapat *rukhsah* (keringanan) bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Dengan demikian, hukum jual beli merek tiruan yang semula haram, dalam kondisi yang menyulitkan akibat keterbatasan ekonomi masyarakat, dapat menjadi mubah (diperbolehkan).[24]

Skripsi yang disusun oleh Jessica Sutanto dan diterbitkan oleh Universitas Hasanudin pada tahun 2022 yang berjudul "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Penggunaan Dalam Iklan Promosi Untuk Memasarkan Parfum Beraroma Serupa". Hasil dari penelitian ini pertama, di Amerika dan Uni Eropa, penggunaan merek parfum pihak lain dalam materi iklan promosi dikategorikan sebagai pelanggaran merek jika penggunaan tersebut tidak wajar, sementara di Indonesia hal tersebut belum dikategorikan sebagai pelanggaran. Kedua, Indonesia belum memberikan perlindungan hukum terhadap penggunaan merek parfum dalam iklan promosi karena penggunaan merek yang tidak melekat pada produk tidak dikategorikan sebagai penggunaan merek. Sementara itu, Amerika dan Uni Eropa telah memberikan perlindungan hukum dengan memaknai penggunaan merek secara luas yang merujuk pada ketentuan *fair use*.[25]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[24] Sidqon Famulaqih, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Merek Tiruan di Pasar Kliwon Kudus"

[25] Jessica Sutanto, "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Penggunaan Dalam Iklan Promosi Untuk Memasarkan Parfum Beraroma Serupa"

Penelitian yang berjudul "Perlindungan Merek Terkenal Yang Dicantumkan Sebagai *Inspired Perfume Dal*am Promosi Produk" dari Jurnal Kertha Semaya yang ditulis oleh Desyane Pradilla Galuh Savitri dan Ni Ketut Supasti Dharmawan. Mereka mengatakan bahwa pemilik merek terkenal memiliki hak eksklusif untuk menggunakan dan memberikan izin kepada pihak ketiga atau pihak lain untuk menggunakan mereknya. Aroma atau *smell* pada parfum berfungsi sebagai fungsi utama dan tidak memenuhi unsur daya pembeda sebagai merek, sehingga penggunaan aroma atau *smell* dalam promosi produk *inspired perfume* tidak dapat dikategorikan sebagai pelanggaran merek. Namun, penggunaan nama merek parfum sebagai daya pembeda dalam promosi *inspired perfume* tanpa izin dari pemilik merek terkenal dapat dikategorikan sebagai pelanggaran merek. Untuk melindungi hak pemilik merek terkenal, pihak ketiga atau pihak lain yang berkeinginan menggunakan nama parfum merek terkenal dalam promosi *inspired perfume* dapat memperoleh izin atau persetujuan terlebih dahulu dari pemilik merek. Dalam konteks hukum merek, izin dari pemilik merek dapat diwujudkan melalui perjanjian lisensi merek.[26]

Artikel jurnal yang berjudul "Perkembangan Produk Parfum *Inspired by:* Legalitas Izin Edar Produksi Parfum *Inspired*", ditulis oleh Lia Yati dan Achi Yasmin Siagian dalam Jurnal Constituo: Jurnal Riset Hukum Kenegaraan & Politik. Mereka menyatakan bahwa meskipun parfum *Inspired by* menawarkan alternatif ekonomis bagi konsumen dan peluang usaha bagi produsen lokal, status hukum

[26] Desyane Pradilla Galuh Savitri dan Ni Ketut Supasti Dharmawan, "Perlindungan Merek Terkenal Yang Dicantumkan Sebagai *Inspired Perfume Dal*am Promosi Produk"

produk ini masih berada dalam ranah abu-abu. Banyak di antaranya belum memenuhi persyaratan izin edar dari BPOM dan berpotensi melanggar ketentuan perlindungan merek sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran hukum dari pelaku usaha untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi, serta dukungan dari pemerintah berupa pedoman yang jelas agar industri parfum lokal dapat berkembang secara legal, sehat, dan tetap menghormati hak kekayaan intelektual.[27]

Skripsi yang ditulis oleh Maharani Audrey Devantari Putri dan diterbitkan oleh Universitas Indonesia pada tahun 2022 dengan judul "Analisis Perlindungan Hukum Aroma Parfum dalam Kekayaan Intelektual Indonesia". Penelitian ini menyimpulkan bahwa aroma parfum mempertahankan keunikannya karena merupakan hasil inovasi, sehingga perlindungan yang memadai harus ditegakkan agar perusahaan parfum dapat memperoleh manfaat penuh dari penemuan tersebut dan sebagai hasilnya, memulihkan biaya investasi yang telah dikeluarkan. Perjanjian internasional juga mengizinkan perlindungan aroma parfum di bawah rezim rahasia dagang dan merek dagang. Sebaliknya, di Indonesia, di mana perlindungan yang lebih luas diperlukan, aroma parfum hanya dapat dilindungi sebagai rahasia dagang. Oleh karenanya, untuk menjaga kerahasiaan kombinasi

[27] Lia Yati dan Achi Yasmin Siagian, "Perkembangan Produk Parfum *Inspired By: Le*galitas Izin Edar Produksi Parfum *Inspired*"

bahan kimia, perusahaan parfum di Indonesia harus membuat perjanjian kerahasiaan dengan karyawan dan/atau pihak ketiga.[28]

Perbedaan esensial antara penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ini terletak pada fokus utamanya. Penelitian ini akan berfokus pada legalitas produksi parfum *dupe* dengan membandingkan sudut pandang hukum Islam dan hukum positif, bukan hanya mengenai aspek promosi atau mereknya.

E. Kerangka Teori

Kerangka teori atau yang biasa disebut landasan teori adalah kumpulan teori yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Kerangka ini berfungsi sebagai kerangka konseptual untuk menjelaskan variabel-variabel inti penelitian. Selain itu, landasan teori berperan sebagai dasar ilmiah dalam merumuskan jawaban atas rumusan masalah yang diajukan, sekaligus menjadi acuan dalam penyusunan instrumen penelitian.[29]

1. Teori *Qiyās*

   Menurut Syaikh al-Utsaimin dalam kitab *Al-Ushul Min Ilm Al-Ushul*, *qiyās* (الْقِيَاسُ) secara etimologis berasal dari kata *qasa-yaqisu-qiyāsan* (قَاسَ – يَقِيسُ – قِيَاسًا) yang bermakna mengukur, menyamakan (التَّقْدِيرُ وَالْمُسَاوَاةُ), dan menghimpun, serta dapat diartikan sebagai ukuran skala, bandingan, atau

[28] Maharani Audrey Devantari Putri, "Analisis Perlindungan Hukum Aroma Parfum dalam Kekayaan Intelektual Indonesia", *Skripsi* Universitas Indonesia, (2022).

[29] Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, cet. ke-1, (Jakarta: Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), hlm. 11.

analogi.[30] Sementara itu, secara terminologis menurut ulama usul fikih, *qiyās* didefinisikan sebagai:

إِثْبَاتُ مِثْلِ حُكْمِ مَعْلُومٍ فِي مَعْلُومٍ آخَرَ لِاشْتِرَاكِهِمَا فِي عِلَّةِ الْحُكْمِ[31]

Qiyās dipandang sebagai instrumen vital dalam hukum Islam karena memungkinkan fleksibilitas dan adaptabilitas dalam penerapan hukum. Hal ini memungkinkan ulama Islam untuk membuat keputusan hukum yang relevan dan responsif terhadap perubahan kondisi dan situasi yang baru muncul.[32]

Setiap *qiyās* terdiri dari empat rukun. Pertama *al-aṣl*, yaitu sesuatu yang hukumnya terdapat dalam *naṣṣ*. Rukun ini kerap disebut *maqīs 'alaih* (yang dipakai sebagai ukuran). Kedua *al-far'*, yaitu kasus atau permasalahan yang hukumnya belum termaktub dalam *naṣṣ* dan hukumnya disamakan dengan al-*aṣl*, sering juga disebut *al-maqīs* (yang diukur). Ketiga *ḥukm al-aṣl*, yaitu hukum *syara'* yang terdapat *naṣṣ*-nya pada al-*aṣl* dan dijadikan dasar hukum bagi *al-far'*. Keempat *'illat*, yaitu sifat atau karakteristik tertentu yang menjadi dasar *ḥukm aṣl*, yang kemudian menjadikan *al-far'* disamakan dengan *aṣl* dalam hal hukumnya.[33]

Teori ini digunakan untuk meng*qiyās*kan produksi parfum *dupe* dengan perbuatan yang memiliki kesamaan dalam *'illat* hukum, sehingga diketahui bagaimana legalitasnya atau hukumnya menurut hukum Islam. Selain itu, teori

---

[30] Agus Miswanto, Ushul Fiqh: *Metode Ijtihad Hukum Islam*, cet. ke-1, (Magelang: UNIMMA PRESS, 2019), II: 109.

[31] Muhammad al-Khudari Beik, *Ushul al-Fiqh*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1988), hlm. 289.

[32] Achmad Muzammil Alfan Nasrullah, *Ushul Fiqh*, cet. ke-1, (Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup, 2023), hlm. 37.

[33] Wahbah al-Zuhaili, *Ushul al-Fiqh al-Islami*, cet. ke-16, (Damaskus: Dar al-Fikr, 2009), I: 576.

ini juga berfungsi untuk menganalisis apakah mereplikasi aroma dapat di*qiyās*kan dengan perbuatan yang diharamkan, sehingga mengindikasikan bahwa aroma parfum semestinya mendapatkan perlindungan.

2. Teori Asas Legalitas

Menurut Paul Johan Anselm von Feuerbach, pencetus teori legalitas, merumuskan teorinya pertama kali dalam bukunya berjudul *Lehrbuch Des Peinlichen Recht* menggunakan bahasa Latin pada tahun 1801 yang berbunyi, *nulla poena sine lege* (tidak ada pidana tanpa ketentuan pidana menurut undang-undang), *nulla poena sine crimine* (tidak ada pidana tanpa perbuatan pidana), *nullum crimen sine poena legali* (tidak ada perbuatan pidana tanpa pidana menurut undang-undang).[34] Ketiga frasa ini kemudian dikembangkan oleh Feuerbach menjadi adagium *nullum delictum, nulla poena sine praevia legi poenali*, yang berarti tidak ada perbuatan pidana, tidak ada pidana, tanpa ketentuan undang-undang yang ada sebelumnya.[35]

Mengenai definisi asas legalitas, terdapat kesamaan pandangan di antara para pakar hukum pidana seperti Hazewinkel Suringa, van Bemmelen, van Hattum, Enschede, Jan Remmelink, dan D. Schaffmeister. Mereka sepakat bahwa pengertian asas legalitas adalah tiada perbuatan yang dapat dihukum kecuali atas dasar kekuatan ketentuan pidana menurut undang-undang yang

[34] Fitri Wahyuni, *Dasar-Dasar Hukum Pidana Di Indonesia*, cet. ke1, (Tangerang Selatan: PT. Nusantara Persada Utama, 2017), hlm. 27.

[35] Eddy O.S Hiariej, *Asas Legalitas dan Penemuan Hukum dalam Hukum Pidana*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 7-8.

telah berlaku terlebih dahulu.[36] Definisi ini secara eksplisit tercantum dalam Pasal 1 ayat (1) KUHP dan menjadi rujukan utama dalam memahami asas legalitas.

Menurut Muladi, tujuan yang ingin dicapai dari asas legalitas adalah memperkuat kepastian hukum, mewujudkan keadilan dan kejujuran bagi terdakwa, mengefektifkan fungsi penjeraan dalam sanksi pidana, mencegah penyalahgunaan kekuasaan, serta memperkokoh *rule of law.*[37]

Teori ini akan digunakan untuk mengidentifikasi kepastian hukum terhadap produksi parfum *dupe*, apakah praktik produksi parfum *dupe* tergolong dalam suatu tindak pidana atau tidak. Lebih lanjut, teori ini juga akan berfungsi untuk menegaskan bahwa ketiadaan regulasi eksplisit mengimplikasikan ketiadaan sanksi pidana, sejalan dengan prinsip *nullum crimen sine praevia legi poenali*.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian pustaka (*Library Research)*. Penelitian pustaka adalah serangkaian kegiatan yang berfokus pada metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengolah bahan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[36] Junaidi, dkk., *Pengenalan Dasar Hukum Pidana*, cet. ke-1, (Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023), hlm. 68.

[37] Amir Ilyas, *Asas-Asas Hukum Pidana, Memahami Tindak Pidana Dan Pertanggungjawaban Pidana Sebagai Syarat Pemidanaan*, (Yogyakarta: Mahakarya Rangkang Offset, 2012), hlm.13.

koleksi perpustakaan tanpa memerlukan riset lapangan.[38]

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif-analitis-komparatif. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk menyajikan gambaran, deskripsi, atau penjelasan yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta karakteristik yang saling terkait dalam fenomena yang diteliti.[39] Dalam konteks penelitian ini, pendekatan tersebut akan digunakan untuk mendeskripsikan legalitas yang terkait dengan produksi parfum *dupe*. Analisis dilakukan dengan menguraikan objek penelitian guna memahami dan membedakan berbagai konsep, sehingga menghasilkan kejelasan atas isu yang dikaji. Sementara itu, pendekatan komparatif dalam penelitian ini melibatkan perbandingan perspektif hukum Islam dengan hukum positif sebagai basis analisis.

3. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menganalisis berbagai dimensi internal dari hukum positif guna menyelesaikan permasalahan yang ada.[40] Variabel yang akan dikomparasikan adalah legalitas produksi parfum *dupe* berdasarkan perspektif hukum Islam dan hukum positif.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[38] Zed Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta : Yayasan Bogor Indonesia, 2004), hlm. 3.

[39] Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), hlm. 63.

[40] Kornelius Benuf dan Muhamad Azhar, "Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer", *Jurnal Gema Keadilan*, Vol. 7:1 (Juni 2020) hlm. 23.

4. Sumber Data

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama dan diolah oleh individu atau organisasi yang bersangkutan.[41] Dalam penelitian ini, data primer mencakup Al-Qur'an, Hadis, serta Undang-Undang. Di sisi lain, data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain yang sebelumnya telah mengumpulkan dan mengolahnya.[42] Pada penelitian ini, data sekunder meliputi buku, jurnal, karya ilmiah, dan website.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan (library research). Langkah pengumpulan data diimplementasikan dengan cara menghimpun, mengkaji, dan menelaah secara komprehensif berbagai dokumen tertulis maupun literatur yang memiliki keterkaitan langsung dengan rumusan masalah yang diangkat. Proses ini diawali dengan mengumpulkan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama, yang mencakup Al-Qur'an, Hadis, serta peraturan perundang-undangan nasional, khususnya di bidang Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Sebagai penunjang sekaligus pisau analisis tambahan, penulis juga menghimpun data sekunder, yakni data yang diperoleh dari pihak lain yang sebelumnya telah mengumpulkan dan mengolah materi terkait. Sumber data sekunder ini dikumpulkan melalui penelusuran terhadap buku-buku referensi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[41] Muslan Abdurrahman, *Sosiologi dan Metode Penelitian Hukum*, cet. ke-1, (Malang: UMM press, 2009), hlm. 112.

[42] Ibid.

hukum, jurnal ilmiah, karya ilmiah terdahulu, literatur kepustakaan, serta website yang memuat informasi relevan mengenai industri parfum dan regulasinya.

6. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan cara menelaah dan memahami data yang didapat dari hasil studi kepustakaan (*library research*). Dalam melakukan analisis data, penulis mengintegrasikan teori *qiyās* dan teori legalitas melalui pendekatan yuridis normatif untuk membedah fenomena ini dari dua sudut pandang hukum yang berbeda. Penggunaan teori *qiyās* bertujuan untuk mengkaji kemungkinan penganalogian replikasi aroma dengan perbuatan yang dilarang dalam hukum Islam, yang secara tidak langsung akan menjawab apakah sebuah aroma orisinal sepatutnya mendapatkan perlindungan hak kekayaan intelektual atau tidak. Sementara itu, teori legalitas diterapkan untuk memetakan kepastian hukum dalam ranah hukum positif, khususnya guna mengidentifikasi apakah operasional produksi parfum *dupe* dapat diklasifikasikan sebagai tindak pidana atau sekadar residu dari kekosongan regulasi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

G. Sistematika Pembahasan

Guna memastikan skripsi ini tersusun secara runtut dan terarah, penelitian ini dibagi menjadi lima bab pembahasan yang saling berhubungan. Adapun sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I adalah pendahuluan bab ini memuat latar belakang masalah yang menjelaskan rasionalitas pemilihan topik oleh penulis, rumusan masalah yang

menguraikan permasalahan yang akan dibahas, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teori yang menjadi landasan konseptual, serta metode penelitian yang mencakup jenis, sifat, pendekatan, sumber, teknik pengumpulan, dan analisis data.

BAB II adalah uraian teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori *qiyās* dan teori asas legalitas.

BAB III adalah pemaparan mengenai parfum *dupe* dan perlindungan hak kekayaan intelektual perspektif hukum Islam dan hukum positif.

BAB IV adalah hasil analisis mengenai legalitas produksi parfum *dupe* perspektif hukum Islam dan hukum positif.

BAB V adalah penutup yang menyajikan kesimpulan dari seluruh penelitian dan rekomendasi atau saran yang relevan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) terhadap formula aroma parfum menunjukkan perbedaan mendasar antara hukum Islam dan hukum positif di Indonesia. Dalam hukum Islam, HKI diakui sebagai *ḥaqq al-ibtikār* yang termasuk *ḥuqūq māliyyah*, sehingga hasil kreativitas intelektual dipandang sebagai harta yang wajib dilindungi berdasarkan prinsip *ḥifẓ al-māl*. Perlindungan tersebut bersifat substantif karena hak pencipta diakui sejak karya itu lahir, tanpa bergantung pada pengakuan administratif negara. Sebaliknya, hukum positif menganut pendekatan formal yang mensyaratkan adanya pengaturan khusus dalam peraturan perundang-undangan. Aroma parfum belum diakui sebagai objek hak cipta, formulanya umumnya tidak dipatenkan untuk menjaga kerahasiaan, sementara *reverse engineering* terhadap parfum yang diperoleh secara sah diperbolehkan berdasarkan Pasal 15 huruf (b) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Akibatnya, perlindungan hukum terhadap pencipta aroma orisinal masih belum optimal dan rentan terhadap praktik peniruan.
2. Legalitas produksi parfum dupe menurut hukum Islam dan hukum positif pada hakikatnya bermuara pada kesimpulan yang sama, yaitu tidak diperbolehkan, meskipun keduanya menggunakan pendekatan metodologi yang berbeda. Dalam perspektif hukum Islam, praktik produksi parfum dupe dihukumi haram melalui metode *qiyās* karena dipersamakan dengan perbuatan *akl al-amwāl bi*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

al-bāṭil yang mengeksploitasi *ḥaqq al-ibtikār* tanpa izin, sehingga menimbulkan kerugian ekonomi (*ḍarar*) bagi produsen orisinal, serta mengandung unsur *gharar fāḥisy* akibat ketidakjelasan spesifikasi bahan kimia sintetis murah yang digunakan untuk mengganti bahan alami. Sementara itu, dalam tinjauan hukum positif, meskipun secara formal-tekstual praktik ini belum dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana karena adanya *vacuum of norm* dan berlakunya prinsip *Lex Scripta* terkait perlindungan hak cipta aroma, praktik ini tetap tidak diperbolehkan dan dapat diselesaikan melalui jalur keperdataan menggunakan instrumen Perbuatan Melawan Hukum (PMH) berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata. Pelarangan tersebut didasarkan pada konsep sifat melawan hukum materiil, di mana komersialisasi parfum *dupe* dinilai mengandung iktikad buruk (*bad faith*) dan tindakan *free riding* yang sangat bertentangan dengan kebiasaan yang baik, asas keadilan, serta nilai kepatutan yang hidup di masyarakat.

B. Saran

1. Penelitian ini terbatas pada pendekatan yuridis normatif berbasis studi kepustakaan yang membandingkan konsep *qiyās* dan asas legalitas dalam rezim hak kekayaan intelektual, sehingga belum menggambarkan realitas empiris di lapangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan hukum empiris untuk mengkaji dampak ekonomi parfum *dupe* terhadap usaha parfum orisinal lokal, serta memperluas analisis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

melalui perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan hukum persaingan usaha tidak sehat agar diperoleh kajian yang lebih komprehensif.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an/Tafsir al-Qur'an/Ulum al-Qur'an

Al-Jazairy, Abu Bakar. *Aisar Tafasir Li Kalam 'Aliy Al-Kabir*. Madinah: Maktabah 'Ulum Wa Al-Hikam, 1994.

Al-Mahali, Jalaludin, dan Jalaludin As-Suyuti. *Tafsir Jalalain Jilid I*. Bandung: Sinar Baru Algesindo, 1995.

Al-Qurthuby, Muhammad bin Ahmad bin Abu Bakr. *Jami' Li Ahkam Al-Qur'an*, Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah / Dar Al-Kutub Al-'Araby, 1997/2002.

Ath-Thabary, Imam Ibnu Jarir. *Jami' Al-Bayan*. Libanon: Darul Fikr, 1998.

Ibn Abbas, Abdullah. *Tanwir Al-Miqbas min Tafsir Ibnu Abbas*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Araby, 1987.

Kementerian Agama RI. *Mushaf Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*. Solo: PENERBIT ABYAN. 2014.

Hadis/Syarah Hadis/Ulum al-Hadis

Al-Bukhārī, Abu Abdillah Muhammad bin Ismail. *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*. Beirut: Dār Ibn Kathīr, 1993.

An-Naisaburi, Abu al-Husain Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi. *Ṣaḥīḥ Muslim*. Beirut: Dār Iḥyā' at-Turāth al-'Arabī, 1954.

As-Sijistani, Abu Dawud Sulaiman bin al-Asy'ats. *Sunan Abī Dāwud*. Beirut: Al-Maktabah al-'Asyriyyah, t.t.

Asy-Syaibani, Abu Abdillah Ahmad bin Muhammad bin Hanbal. *Musnad al-Imām Aḥmad bin Ḥanbal*. Beirut: Mu'assasah ar-Risālah, 2001.

At-Ṭaḥāwī, Abū Ja'far Aḥmad ibn Muḥammad ibn Salāmah ibn Salamah al-Azdī. *Syarḥ Musykil al-Āṡār*, Mesir: Mu'assasah al-Risālah, 1494.

At-Tamimi, Abu Muhammad Abdullah bin Abdurrahman ad-Darimi. *Sunan ad-Dārimī*. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1996.

Fikih/Usul fikih/Hukum

Al-Durainy, Fathi. *al-Fiqh al-Islamy al-Muqaran Ma'a Al-Madzahib*. Damaskus: Maktabah Turbin, 1987.

Al-Ghazālī, Abū Ḥāmid Muḥammad ibn Muḥammad. *Al-Mustaṣfā fī 'Ilm al-Uṣūl*. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiah, 1993.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Al-Kibi, Sa'duddin bin Muhammad. *Muamalah Al-Mahirah Fi Dhau' Al-Islam*. Beirut: Dar al-Fikr, 1997.

Al-Mushlih, Abdullah, dan Shalah ash-Shawi. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Darul Haq, 2004.

Al-Qaradhawi, Yusuf. *Malamih Al-Mujtama' Al-Muslim Aladzi Nansyuduhu*. Kairo: Maktabah Wahbah, 2001.

Al-Shiddieqy, Tengku Muhammad Hasbi. *Pengantar Ilmu Muamalah*. Jakarta: Bulan Bintang, 1984.

Al-Subky, Tajudin Abd. Wahab. *Jam' al-Jawami'*. Mesir: Dar al-Ihya al-Kutub al-Arabiyah, t.t.

Al-Suyuthi, Imam. *al-Asybah wa al-Nazha'ir fi Qawa'id wa Furu Fiqh al-Syafi'iyyah*, Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 1983

Al-Zuhaili, Wahbah. *Ushul al-Fiqh al-Islami*, Cet. 16. Damaskus: Dar al-Fikr, 1986/2009.

———. *Fiqh Al-Islam wa Adilatuhu*. Damaskus: Darul al-Fikr, 2002.

As-Zarqa, Ahmad Muhammad. *Syarḥ al-Qawā'id al-Fiqhiyyah*, Damaskus: Dar al-Qalam, 1989.

Ash-Shiddiqiey, Hashbi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Bulan Bintang, 1999.

Agustina, Rosa. *Perbuatan Melawan Hukum*, Jakarta: Pascasarjana FH UI, 2003.

Atmadjaja, Djoko Imbawani. *Hukum Perdata*. Malang: Setara Press, 2016.

Atmasasmita, Romli. *Perbandingan Hukum Pidana*. Bandung: CV. Mandar Maju, 2000.

Atmoko, Dwi, dkk. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Group, 2023.

Basri, Rusdaya. *Ushul Fikih 1*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2019.

Beik, Muhammad al-Khudari. *Ushul al-Fiqh*. Beirut: Dar al-Fikr, 1988.

BPHN. *Seminar Hak Cipta*. Bandung: Binacipta, 1976.

Dahlan, Abd. Rahman. *Ushul Fiqh*, Cet. 2. Jakarta: Amzah, 2011.

Disemadi, Hari Sutra. *Mengenal Perlindungan Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Cet. 1. Depok: Rajawali Pers, 2023.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Djazuli, A., dan Nurol Aen. *Ushul Fiqh: Metodologi Hukum Islam*. Jakarta: Rajawali Press, 2000.

Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqih Muamalah*, Cet. 1. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Djumhana, Muhamad, dan R. Djubaedillah. *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori, dan Prakteknya di Indonesia*. Bandung: PT Citra Abadi Bakti, 2014.

Duraisy, 'Adil Muhammad. *Nidzam Al-Mal Fi Al-Islam*. Mesir: Dar al-Kutub, 1997.

Effendi, Satria. *Ushul Fiqh*, Cet. 1. Jakarta: Kencana, 2005.

Farid, H. A. Zainal Abidin. *Hukum Pidana 1*. Jakarta: Sinar Grafika, 2007.

Hakim, Lukman. *Asas-Asas Hukum Pidana*, Cet. 1. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.

Hamzah, Andi. *Hukum Pidana Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2017.

Harahap, M. Yahya. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, t.t.

Haroen, Nasrun. *Ushul Fiqh I*, Cet. 2. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997.

———. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.

Hiariej, Eddy O.S. *Asas Legalitas dan Penemuan Hukum dalam Hukum Pidana*. Jakarta: Erlangga, 2009.

———. *Prinsip-Prinsip Hukum Pidana*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2016.

Hidayah, Khoirul. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia*. Malang: UIN Maliki Press, 2020.

Husein dan Bahreisy. *Himpunan Fatwa*. Surabaya: Al-Ikhlas, 2011.

Ibn Ayyub, Syamsuddin Muhammad bin Abu Bakar. *I'lām al-Muwaqqi'īn 'an Rabb al-'Ālamīn*. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1991.

Ilyas, Amir. *Asas-Asas Hukum Pidana, Memahami Tindak Pidana Dan Pertanggungjawaban Pidana Sebagai Syarat Pemidanaan*. Yogyakarta: Mahakarya Rangkang Offset, 2012.

Junaidi, dkk. *Pengenalan Dasar Hukum Pidana*, Cet. 1. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Khallaf, Abdul Wahhab. *Ilmu Ushul Fiqih*, Cet. 1. Semarang: PT Karya Toha, 2014.

———. *Ilm Ushul al-Fiqh wa Khalashat Tarikh*. Mesir: Mathaba'ah al-Madaniy, 1375 H.

Lindsey, Tim, dkk. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: PT Alumni, 2022.

Margono, Suyud, dan Amir Angkasa. *Komersialisasi Aset Intelektual Aspek Hukum Bisnis*. Jakarta: Grasindo, 2003.

Miswanto, Agus. *Ushul Fiqh: Metode Ijtihad Hukum Islam*, Cet. 1. Magelang: UNIMMA Press, 2018/2019.

Mochtar, Zainal Arifin, dan Eddy O.S Hiariej. *Dasar-Dasar Ilmu Hukum Memahami Kaidah, Teori, Asas Dan Filsafat Hukum*. Jakarta: Red & White Publishing, 2021.

Nasrullah, Achmad Muzammil Alfan. *Ushul Fiqh*, Cet. 1. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup, 2023.

Nawawi. *Ushul Fiqh: Sejarah, Teori Lughawy Dan Teori Maqashidy*, Cet. 1. Batu: Literasi Nusantara, 2020.

Prodjodikoro, Wirjono. *Asas-Asas Hukum Pidana Di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama, 2003.

Purwosutjipto, H.M.N. *Pengertian Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Djambatan, 1984.

Ramadhan, Citra, dkk. *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. Medan: Universitas Medan Area Press, 2023.

Ramli, Ahmad M. *Perlindungan Rahasia Dagang*. Bandung: Mandar Maju, 2001.

Rokan, Mustafa Kamal. *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.

Santoso, Topo. *Hukum Pidana: Suatu Pengantar*. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2021.

Sapardjaja, Komariah Emong. *Ajaran Sifat Melawan Hukum Materiel Dalam Hukum Pidana Indonesia (Studi Kasus Tentang Penerapan Dan Perkembangan Dalam Yurisprudensi)*. Bandung: Alumni, 2013.

Soeparman, Andrieansjah. *Hak Desain Industri Berdasarkan Penilaian Kebaruan Desain Industri*, Cet. 1. Bandung: PT. Alumni, 2013.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Soeryatin. *Hukum Dagang I dan II*. Jakarta: Pradnya Paramitra, 2000.

Steawart, Stephen M. *International Copyright and Neighbouring Rights*. London: Butterworths, 1989.

Sudarto. *Hukum Pidana I*. Semarang: Yayasan Sudarto, 1990.

Suryodiningrat, R.M. *Aneka Hak Milik Perindustrian*. Bandung: Tarsito, 1981.

Susanto, dkk. *Kekayaan Intelektual (Dilengkapi Dengan Studi Kasus)*. Banyumas: CV. Pena Persada, 2021.

Sya'ban, Zakky al-Din. *Ushul al-Fiqh al-Islami*. Mesir: Dār al-Ta'lif, 1964.

Syafi'i, Al-. *al-Risalah* (Terj. Ahmad Muhammad Syakir). Beirut: Mathaba'ah al-Islamiyah, t.t.

Syarifuddin, Amir. *Ushul Fiqh Jilid I*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997.

———. *Garis-Garis Besar Ushul Fiqh*, Cet. 1. Jakarta: Kencana, 2012.

Syatiby, Imam. *Al-Muwafaqat Fi Ushul Al-Ahkam*. Beirut: Dar Al-Ma'rifat, 1982.

Wahyuni, Fitri. *Dasar-Dasar Hukum Pidana Di Indonesia*, Cet. 1. Tangerang Selatan: PT. Nusantara Persada Utama, 2017.

WIPO. *WIPO Glossary of Terms of the Law of Copyright and Neighboring Rights*. Geneva: World Intellectual Property Organization, 1980.

Wizarah Wa Su'un Al-Islamiyah wa Al-Auqaf. *Mausu'ah Al-Fiqhiyah*, Jilid XVII. Kuwait: Wizarah Al-Auqaf wa As-Su'un Al-Islamiyah, 1990.

Yuherawan, Deni Setyo Bagus. *Dekonstruksi Asas Legalitas Hukum Pidana*. Malang: Setara Press, 2014.

Zaid, Bakr bin Abdullah Abu. *Fiqh An-Nawazil: Qadhaya Fiqhiyah Mu'ashirah*. Beirut: Muasasah Risalah, 1996.

Zahrah, Muḥammad Abū. *Uṣūl al-Fiqh*. Mesir: Dār al-Fikr al-'Arabī, 1958.

Zuhdi, Masjfuk. *Masail Fiqhiyah*. Jakarta: PT. Gunung Agung, 1997.

Peraturan Perundang-undangan

Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2003 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-Undang Nomor 65 Tahun 2024 tentang Paten.

Wetboek van Strafrecht voor Nederlandsch-Indië (Staatsblad 1915 Nomor 732).

Artikel Jurnal

Ashiddiq, Mikhail Muhammad, dkk. "Perlindungan Desain Industri Terhadap Praktik Peniruan Desain Berdasarkan Kualifikasi Kebaruan Desain Industri." *PALAR (Pakuan Law Review)* 7, no. 2 (2021): 89-108.

Azama, Irham Muhammad, dan Havidz Cahya Pratama. "Pandangan Ushul Fikih Al-Qurthubi dalam Penafsiran Ayat-Ayat Jual Beli." *Alhamra Jurnal Studi Islam* 4, no. 2 (2023): 125-142.

Benuf, Kornelius, dan Muhamad Azhar. "Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer." *Jurnal Gema Keadilan* 7, no. 1 (Juni 2020): 20-33.

Berlianty, Ajeng Nadya. "Pelanggaran Merek dalam Iklan Parfum Dupe berdasarkan Hukum Merek Indonesia." *Jurnal Hukum De'Rechtsstaat (JHD)* 12, no. 1 (2026): 87-99.

Chandra, Smita. "Dupe Culture and Digital Deception: Legal Challenges of Trade Mark Dilution in Influencer-Driven Comparative Advertising." *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)* 7, no. 4 (2025): 1-19.

Firdaus. "Al-Qiyās Dan Implikasinya Terhadap Istinbat Hukum (Suatu Analisis Terhadap Masalah Hudud Dan Kaffarat)." *Jurnal Al-Ahkam: Jurnal Hukum Pidana Islam* 5, no. 1 (2023): 63-75.

Huda, Miftakhul. "Konsep Dan Kedudukan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Hukum Islam." *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam* 1, no. 1 (2020): 35-48.

Kusumaningtiyas, Zahra Embun, Nur Saidah Agustina, dan Rika Yuliastanti. "Analisis Penjualan Parfum Berbasis E-Commerce pada UMKM Demanda

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Parfum Surabaya." *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi* 3, no. 1 (2025): 184-192.

Savitri, Desyane Pradilla Galuh, dan Ni Ketut Supasti Dharmawan. "Perlindungan Merek Terkenal Yang Dicantumkan Sebagai Inspired Perfume Dalam Promosi Produk." *Jurnal Kertha Semaya* 12, no. 7 (2024).

Sutisna. "Pandangan Hukum Islam Terhadap Hak Cipta." *Mizan: Journal of Islamic Law* 9, no. 1 (2021): 1-16.

Syawie, Afifah. "Studi Komparatif Hukum Positif dan Hukum Islam terhadap Hybrid Contract pada Bank Syariah." *Al-Mazaahib: Jurnal Perbandingan Hukum* 10, no. 1 (Juni 2022): 57-78.

Thalib, Emmy Febriani. "Pentingnya Perlindungan Rahasia Dagang pada Perusahaan di Indonesia." *Jurnal Yusthima 2*, no. 2 (2022): 82-91.

Yati, Lia, dan Achi Yasmin Siagian. "Perkembangan Produk Parfum Inspired By: Legalitas Izin Edar Produksi Parfum Inspired." *Constituo: Jurnal Riset Hukum Kenegaraan & Politik* 4, no. 1 (Juni 2025): 147-157.

Data Elektronik

Ambadar. "Can Parfume Fragrance be Protected by Copyrights Law in Indonesia?" Diakses pada 21 Juni 2026. https://ambadar.com/insights/copyright/can-parfume-fragrance-be-protected-by-copyrights-law-in-indonesia/.

Aromapassions. "Are Perfume Dupes Illegal?" Diakses pada 20 Juni 2026. https://aromapassions.com/blogs/perfume-dupe-blog/are-perfume-dupes-illegal?srsltid=AfmBOora-jbYYquOsJlpYoRKiB10pPcXtyh_zm0damo9GYcWWc2r0WP6.

Avamayfair. "What is a Perfume/Fragrance Dupe?" Diakses pada 7 Juli 2026. https://avamayfair.com/blogs/news/what-is-a-perfume-dupe-fragrance-dupe.

Baghetti, Massimo, Paolo Burdese, dan Leone Cei. "The 'Dupe' Phenomenon and The Protection of Intellectual and Industrial Property Rights." Diakses pada 30 Desember 2025. https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=ca794027-72f6-4882-882d-9322e8244e65.

Borisov, Sergey. "Perfume Copyright." Diakses pada 7 Juli 2026. https://www.fragrantica.com/news/Perfume-Copyright-15473.html.

Conquer Scientific. "Unveiling Aromas with GC/MS Transforming the Fragrance and Flavor Industry." Diakses pada 7 Juli 2026. https://conquerscientific.com/unveiling-aromas-with-gc-ms-transforming-

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

the-fragrance-and-flavor-industry/.

Fitinline. "Perbedaan Barang Counterfeit, Dupe, dan Designer-Inspired: Jangan Sampai Salah Pilih!" Diakses pada 7 Juli 2026. https://fitinline.com/article/read/perbedaan-barang-counterfeit-dupe-dan-designer-inspired-jangan-sampai-salah-pilih/.

Hurtubise, Dane. "A Brief History of Dupes: How Dupes Have Shaped Clothing, Couches, and Cosmetics." Diakses 19 Juni 2026. https://www.spoken.io/blog/a-brief-history-of-dupes.

Insani, Cerysa Nur. "Harga Lebih Murah Tapi Wangi Mirip Parfum Mahal, Apa Itu Parfum Dupe?" Diakses pada 20 Juni 2025. https://stylo.grid.id/read/144149230/harga-lebih-murah-tapi-wangi-mirip-parfum-mahal-apa-itu-parfum-dupe?page=all#goog_rewarded.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). "Asas." kbbi.net.id. Diakses pada 2 Juli 2026. https://kbbi.web.id/asas.

———. "Legalitas." kbbi.net.id. Diakses pada 2 Juli 2026. https://kbbi.web.id/legalitas.

———. "Merek." kbbi.net.id. Diakses pada 2 Juli 2026. https://kbbi.web.id/merek.

Murashima, Claire. "Perfume dupes are in. Here's what to know before buying one." Diakses pada 20 Juni 2025. https://www.npr.org/2025/05/07/nx-s1-5377539/fragrance-dupes-popular-how-to-buy.

Nabila, Olivia. “Antara Inspired Perfume Dan Hukum Yang Mengawasinya.” Diakses pada 21 Juni 2026. https://tfr.news/articles/2022/8/10/antara-inspired-perfume-dan-hukum-yang-mengawasinya.

O'Hanlon, Cara. "“Dupes”: Strategic Marketing or Proof of Copying?" Diakses pada 7 Juli 2026. https://fordhamipinstitute.com/dupes-strategic-marketing-or-proof-of-copying/.

Permatasari, Erizka. “Hukumnya Memproduksi Parfum yang Aromanya Terinspirasi dari Merek Lain.” Diakses pada 21 Juni 2026. https://www.hukumonline.com/klinik/a/hukumnya-memproduksi-parfum-yang-aromanya-terinspirasi-dari-merek-lain-lt606ab4b79bca2/.

Premiere Peau. "Gas Chromatography Killed the Secret: How Copying Became the Industry." Diakses pada 7 Juli 2026. https://premierepeau.com/blogs/news/gas-chromatography-killed-the-secret-how-copying-became-the-industry.

———. "The $15 Bottle That Broke French Perfumery." Diakses pada 7 Juli 2026. https://premierepeau.com/blogs/news/the-15-bottle-that-broke-french-

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

perfumery.

Proctor, Ella. "The Power Of Fragrance Marketing On Social Media." Diakses pada 21 Juni 2026. https://sociallypowerful.com/post/fragrance-marketing-on-tiktok.

Roselius, Laura. "The Dupe Phenomenon." Diakses pada 19 Juni 2026. https://www.bocoip.com/en/the-dupe-phenomenon/.

Rumah Parfum. "5 Rekomendasi Merek Parfum Mewah dengan Alternatif yang Terjangkau." Diakses pada 10 Februari 2026. https://rumahparfum.com/blog/208_alternatif-parfum-mewah-rekomendasi-merek-dengan-harga-bersahabat.html.

Salako, Mosunmola. "“This smells familiar” – Copyright and fragrances: Zara perfumes." Diakses pada 7 Juli 2026. https://iplaw.allard.ubc.ca/2022/11/23/copyright-and-fragrances-zara-perfumes/#_ftn6.

Syiemlieh, Michelle. "Unlocking the Scent Secrets: How Perfume Dupes Replicate Luxury." Diakses pada 20 Juni 2026 dan 7 Juli 2026. https://fashionlawjournal.com/scent-secrets-perfume-dupes-replicate-luxury/.

Vides Anges. "The Truth About Perfume Dupes: Why You Should Think Twice Before Buying Them." Diakses pada 21 Juni 2026. https://www.videsanges.com/blogs/niche-perfume/the-truth-about-perfume-dupes-why-you-should-think-twice-before-buying-them.

Wibowo, Fauzan Suryo. "Parfum Dupe: Arti, Kualitas, Keamanan, dan Tips Memilihnya." Diakses pada 21 Juni 2026. https://maklonkosmetik.co.id/apa-itu-parfum-dupe/#:~:text=Apa%20Itu%20Parfum%20Dupe?,brand%20mewah%20atau%20desainer%20ternama.

———. "Parfum Inspired: Definisi, Hukum, dan Tips Memilih." Diakses pada 7 Juli 2026. https://amulia.com/blog/parfum-inspired/.

Lain-lain

Abdurrahman, Muslan. *Sosiologi dan Metode Penelitian Hukum*, Cet. 1. Malang: UMM Press, 2009.

Famulaqih, Sidqon. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Merek Tiruan di Pasar Kliwon Kudus.” Universitas Islam Negeri Walisongo, 2020.

Isna, Hasna Jinan. "Penerapan Teknologi Hidung Elektronik Dan Gas Chromatography-Mass Spectrometry (GC-MS) Untuk Klasifikasi Aroma

Kornet Sapi Dan Babi Menggunakan Metode Principal Component Analysis (PCA)." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2025.

Khalil, Jafril. "Hukum Ekonomi Islam (Islamic Economic Law)." *Center for Islamic Economic and Application (CIERA)*, t.t.

Koentjaraningrat. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia, 1997.

Mestika, Zed. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Bogor Indonesia, 2004.

Munawwir, Ahmad Warson. *Kamus Munawwir*. Surabaya: Pustaka Progressif, 1997.

Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.

Putri, Maharani Audrey Devantari. "Analisis Perlindungan Hukum Aroma Parfum dalam Kekayaan Intelektual Indonesia." Universitas Indonesia, 2022.

Saputra, Rizal Rio. "Penentuan Senyawa Polisiklik Aromatik Hidrokarbon (PAH) Di Perairan Kawasan Industri Teluk Lampung Menggunakan Metode SPME." Universitas Lampung, 2017.

Sumarno. *Kromatografi: Teori Dasar dan Petunjuk Praktikum*. Yogyakarta: Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, 2001.

Sutanto, Jessica. "Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Penggunaan Dalam Iklan Promosi Untuk Memasarkan Parfum Beraroma Serupa." Universitas Hasanuddin, 2022.

Unaradjan, Dominikus Dolet. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cet. 1. Jakarta: Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA