

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori Terkait Judul

1. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Secara bahasa al ba'i (jual beli) adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu. Jual beli secara bahasa merupakan masdar dari kata bermakna memiliki dan membeli.¹ Pengertian jual beli secara syara' adalah tukar menukar harta dengan harta untuk memiliki dan memberi kepemilikan. Islam mensyariatkan jual beli dan menetapkan hukumnya yaitu boleh. Islam tidak membenci jual beli, bahkan Islam menganggap jual beli sebagai salah satu wasilah kerja, sehingga Al Qur'an memberikan sifat yang baik terhadapnya.

Para ulama berpendapat dalam mendefinisikannya. Ulama Hanafiyah, "Jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus yang dibolehkan". Menurut Imam Nawawi dalam al-Majmu, "Jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan". Menurut Ibnu Qudamah dalam kitab al-Mugnu, "jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan hak milik".²

Dari definisi diatas dapat dipahami bahwa jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak yang lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan telah disepakati bersama. Sesuai dengan ketetapan hukum ialah memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun, dan hal-hal lainnya yang ada kaitanya dengan jual beli, maka bila syarat-syarat

¹ Syaikh, dkk., *Fikih Muamalah: Memahami Konsep Dan Dialektika Kontemporer* (Yogyakarta: K-Media, 2020), 44.

² Sri Sudarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018) 75.

dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak syara'.³

b. Dasar Hukum Jual Beli

1) Al Qur'an

Dasar hukum jual beli terdapat dalam Al Quran Surat Al Baqarah ayat 275, yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” (QS. Al Baqarah: 275)

Riba adalah haram dan jual beli adalah halal. Jadi tidak semua akad jual beli adalah haram sebagaimana yang disangkakan oleh sebagian orang berdasarkan pada ayat ini.

2) Hadits

Kebolehan jual beli juga ditemukan dasar hukumnya dalam hadits-hadits Rasulullah SAW, diantaranya yang diriwayatkan oleh Ibn Majah, bahwa Rasulullah bersabda:

عن عبد الله ابن عمر رضي الله عنه: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ - وَفِي رِوَايَةٍ: مَعَ النَّبِيِّنَ وَالصَّيِّغِينَ وَالشُّهَدَاءِ - يَوْمَ الْقِيَامَةِ (رواه ابن ماجه و الدارقطني و غيرهم)

Artinya: Dari Abdullah bin Umar r.a bahwa Rasulullah SAW. bersabda, “seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para-Nabi, orang-orang shiddiq, dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat.” (HR. Ibn Majah, Hakim dan Daruquthni).

Hadits ini menunjukkan besarnya keutamaan seorang pedagang yang memiliki sifat-sifat jujur karena akan dimuliakan pada hari akhir (kiamat)

³ Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 66.

dengan cara dikumpulkan bersama para-Nabi, orang-orang shiddiq, dan orang-orang yang mati syahid.

3) *Ijma'*

Kaum muslim telah sepakat dari dahulu sampai sekarang tentang kebolehan hukum jual beli. Oleh karena itu, hal ini merupakan sebuah bentuk *ijma'* umat, karena tidak seorang pun yang menentanginya.⁴

Kandungan ayat-ayat dan hadits-hadits yang dikemukakan diatas sebagai dasar hukum jual beli, para ulama fiqih mengambil kesimpulan bahwa jual beli hukumnya mubah (boleh). Namun, menurut Imam AsySyatibi (ahli fiqih mazhab Imam Maliki), hukumnya bisa berubah wajib dalam situasi tertentu. Sebagai contoh dikemukakannya, bila suatu praktek iktikaf yaitu penimbunan barang, sehingga persediaan (stok) hilang dari pasar dan harga melonjak naik, maka pemerintah boleh memaksa para pedagang untuk menjual barang-barang sesuai dengan harga pasar sebelum terjadi pelonjakan harga barang itu. Para pedagang wajib hukumnya memenuhi ketentuan dari pemerintah dalam menentukan harga dipasar.

c. **Rukun Jual Beli**

Rukun secara umum ialah suatu yang harus dipenuhi untuk sahnya suatu pekerjaan yang dilakukan. Dalam jual beli berdasarkan pendapat ulama Hanafiyah ada dua rukun, yakni *ijab* dan *qabul*. Adapun berdasarkan pendapat dari jumhur ulama, rukun jual beli harus mencakup 3 macam, antara lain sebagai berikut:

- 1) *'Aqidain* (Penjual dan pembeli).
- 2) *Ma'qud 'Alaih* (Objek akad jual beli).
- 3) *Shighat* (*Ijab dan Qabul*).⁵

Menurut penulis *shighat*, *'aqidain*, dan *ma'qud 'alaih* lebih tepat disebut rukun dalam jual beli seperti yang dikemukakan oleh ulama Malikiyah dan Syafi'iyah. Karena ketiganya merupakan unsur pokok dalam jual beli yang tidak bisa dipisahkan. Selain itu, tanpa ketiganya, praktik jual beli tidak akan terlaksana. Walaupun dalam situasi

⁴ Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 15.

⁵ Hendi Suhendi, *FIQH MUAMALAH* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 70.

tertentu bisa saja. Misalnya ma'qud 'alaih tidak ada ditempat, tetapi hal itu bukan sama sekali tidak ada, melainkan belum ada, seperti pada akad jual beli salam (pesanan).⁶

Menurut para ulama, sebagaimana akan dibahas di depan, syarat ma'qud 'alaih itu harus ada di tempat dan bisa diserahterimakan ketika akad berlangsung. Namun dalam akad jual beli salam tidak demikian. Oleh karena itu, para ulama memandang bahwa hukum kebolehan akad jual beli salam ini berdasarkan istihsan (sesuatu yang dianggap baik oleh masyarakat dan lazim dilakukan).

d. Syarat Jual Beli

Adapun syarat sahnya suatu jual beli menurut jumhur ulama, sesuai dengan rukun jual beli yaitu terkait dengan subjeknya, objeknya dan ijab Kabul. Selain memiliki rukun, al-ba'i juga memiliki syarat-syarat dalam jual beli, yaitu:

1) 'Aqidain (Penjual dan Pembeli)

Kedua belah pihak yang melakukan perjanjian jual beli disyaratkan sebagai berikut:

a) Berakal sehat

Dalam artian penjual dalam keadaan tidak gila dan juga sehat secara jasmaninya. Batal akad anak kecil, orang gila, dan orang bodoh sebab mereka tidak pandai mengendalikan harta. Oleh karena itu, anak kecil, orang gila, dan orang bodoh tidak boleh menjual hartanya sekalipun harta miliknya sendiri.⁷

b) Dengan kehendaknya sendiri (tanpa adanya paksaan)

Maksudnya, bahwa dalam melakukan perbuatan transaksi jual beli salah satu pihak antara penjual dan pembeli tidak melakukan tekanan atau paksaan atas pihak lain, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan disebabkan kemauan sendiri, tetapi ada unsur paksaan atau jual beli yang dilakukan bukan atas dasar kehendak sendiri.

⁶ Enang Hidayat, 17.

⁷ Hendi Suhendi, 74.

c) Kedua belah pihak tidak mubadzir

Maksudnya pihak yang mengikatkan diri dalam suatu perjanjian transaksi jual beli bukanlah manusia yang boros (mubadzir). Sebab orang yang boros dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap dalam bertindak. Sehingga ia tidak dapat melakukan sendiri sesuatu perbuatan hukum walaupun kepentingan hukum itu menyangkut kepentingannya sendiri.

d) Baligh atau dewasa

Apabila sudah berumur 15 tahun atau sudah bermimpi basah (bagi laki-laki) dan haid (bagi perempuan). Namun demikian anak-anak yang sudah dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk tetapi belum dewasa (belum mencapai umur 15 tahun atau sudah bermimpi basah atau haid), menurut pendapat sebagian ulama bahwa anak tersebut diperbolehkan untuk melakukan perbuatan jual beli khususnya untuk orang-orang kecil dan tidak bernilai tinggi.

2) Ma'qud 'Alaih (Objek Jual Beli)

Yang dimaksud objek jual beli adalah benda yang menjadi sebab terjadinya perjanjian jual beli. Benda tersebut harus memenuhi syarat sebagai berikut:

a) Suci barangnya

Barang yang diperjualbelikan bukanlah benda yang dikualifikasikan sebagai benda yang najis, atau digolongkan sebagai benda yang di haramkan. Jadi tidak semua barang dapat diperjualbelikan.

b) Barang Dapat dimanfaatkan

Pada dasarnya seluruh benda yang dijadikan objek jual beli merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, seperti untuk dikonsumsi (beras, buah-buahan, dan lain-lain), dinikmati keindahannya (perabot rumah tangga, pot bunga, dan lain-lain), serta dipergunakan untuk keperluan yang bermanfaat seperti sepeda maupun kendaraan bermotor.

c) Barang milik orang yang melakukan akad

Bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli adalah pemilik sah barang yang akan dijual

belikan atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang tersebut.

d) Mampu menyerahkan

Maksudnya, penjual baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa dapat dapat menyerahkan barang yang dijadikan sebagai objek jual beli dengan bentuk dan jumlah yang diperjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pembeli.

e) Mengetahui dan melihat sendiri keadaan barangnya

Mengetahui keadaan barang baik mengenai hitungan, takaran, timbangan dan kualitasnya. Apabila dalam suatu jual beli keadaan barang dan jumlah harganya tidak diketahui, maka perjanjian jual beli itu tidak sah. Sebab bisa jadi jual beli tersebut mengandung unsur penipuan.

f) Barang yang diakadkan berada di tangan

Sehingga perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum ditangan (barang tidak dalam penguasaan penjual) dilarang, sebab bisa jadi barang tersebut rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah diperjanjikan.

3) Shighat (Ijab dan Qabul)

Ijab adalah pernyataan dari pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan. Sedangkan qabul adalah pernyataan dari pihak kedua untuk menerimanya. Ijab qabul adalah perbuatan atau pernyataan yang bertujuan untuk menunjukkan suatu keridhoan dalam bertransaksi diantara dua orang atau lebih, sehingga terhindar dari suatu ikatan yang tidak berdasarkan syara'.⁸ Ijab qabul itu diadakan dengan maksud untuk menunjukkan adanya suka rela timbal balik bagi penjual dan pembeli terhadap perikatan yang dilakukan oleh dua pihak yang bersangkutan. Sedangkan, suka sama suka itu tidak dapat diketahui dengan jelas kecuali dengan perkataan, karena perasaan suka itu bergantung hati masing-masing. Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan qabul menunjukkan kerelaan. Pada dasarnya ijab dan qabul dilakukan dengan lisan, tetapi jika tidak mungkin,

⁸ Syaikh, dkk., 23.

misalnya bisu atau yang lainnya boleh dengan surat-menyerurat yang mengandung arti sebagai ijab dan qabul.⁹

Ulama fiqih sepakat bahwa unsur utaman dalam jual beli adalah kerelaan antara penjual dan pembeli. Karena kerelaan itu berada dalam hati, maka harus diwujudkan melalui ucapan ijab (dari pihak penjual) dan qabul (dari pihak pembeli). Adapun syarat-syarat ijab qabul adalah:

- (a) Orang yang melakukan ijab qabul telah akil baligh.
- (b) Kabul harus sesuai dengan ijab.
- (c) Ijab qabul dilakukan dalam satu majlis.

e. Macam-macam Jual Beli

1) Jual beli salam (pesanan)

Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian ialah jual beli salam. Jual beli salam adalah jual beli melalui pesanan, yakni jual beli dengan cara menyerahkan terlebih dahulu uang muka, kemudian barangnya diberikan belakangan.¹⁰

2) Jual beli muqayyadhah (barter)

Jual beli muqayyadhah adalah jual beli dengan cara menukar barang dengan barang, seperti menukar baju dengan celana.

3) Jual beli mutlaq

Jual beli mutlaq adalah jual beli barang dengan sesuatu yang telah disepakati sebagai alat penukaran seperti uang.

4) Jual beli alat penukar dengan alat penukar

Jual beli alat penukar dengan alat penukar adalah jual beli barang yang biasa dipakai sebagai alat penukar dengan alat penukar lainnya, seperti uang perak dengan emas.

Ulama Hanafiyah membagi jual beli berdasarkan tinjauan hukum dan mengklasifikasikannya menjadi:

1) Jual beli shahih (halal)

Apabila jual beli itu disyariatkan, yang memenuhi syarat dan rukun yang telah ditentukan, barang itu bukan milik orang lain, dan tidak terkait dengan khayar lagi, maka jual beli itu shahih dan mengikat kedua belah pihak. Contoh, seseorang membeli suatu barang, seluruh rukun dan syarat jual beli telah terpenuhi.

⁹ Hendi Suhendi, 70.

¹⁰ Hendi Suhendi, 76.

Kemudian barang tersebut juga sudah diperiksa oleh pembeli dan tidak ada cacat, rusak dan uang yang sudah diserahkan dan barangpun sudah diterima dan tidak ada lagi khiyar.

2) Jual beli fasid (rusak)

Jual beli fasid adalah jual beli yang secara prinsip tidak bertentangan dengan syara' namun terdapat sifat-sifat tertentu yang menghalangi keabsahannya. Contohnya:

- a) Jual beli najis dan mutanajis.
 - b) Jual beli malaqih, yaitu memperjualbelikan janin yang masih berada dalam perut.¹¹
 - c) Jual beli barang yang wujudnya ada, namun tidak dihadirkan ketika berlangsungnya suatu akad.
 - d) Jual beli barang dengan menghadang dagangan dari luar kota atau pasar, yaitu menguasai barang sebelum barang tersebut sampai ke tujuan atau sampai ke pasar dengan tujuan agar dapat membelinya dengan harga yang lebih murah.
 - e) Membeli barang dengan memborong untuk ditimbun, kemudian akan dijual ketika harga naik karena kelangkaan barang tersebut.
 - f) Jual beli barang rampasan atau barang hasil curian.
- 3) Jual beli bathil (haram)

Larangan yang kembali kepada akad dasarnya adalah tidak terpenuhinya persyaratan sahnya jual beli.¹² Jual beli bathil atau haram adalah jual beli yang tidak memenuhi rukun dan syarat jual beli, dan ini tidak diperkenankan oleh syara'. Jual beli ini dilarang dan batal hukumnya. Contoh jual beli yang diharamkan adalah:

- a) Jual beli atas barang yang tidak ada (ba'i al-ma'dum), seperti jual beli janin di dalam perut ibu dan jual beli buah yang belum nampak wujudnya.
- b) Jual beli barang yang zatnya haram dan najis, seperti babi, bangkai, dan khamr.

¹¹ Siah Khosyi'ah, *Fiqh Muamalah Perbandingan* (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2014), 107.

¹² Abdullah al-Mushlih dan Shalah Ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam* (Jakarta: Darul Haq, 2004), 95.

- c) Jual beli bersyarat, yaitu jual beli yang ijab kabulnya dikaitkan dengan syarat-syarat tertentu yang tidak ada hubungannya dengan jual beli.
- d) Jual beli yang menimbulkan kemudharatan, seperti jual beli patung salib atau buku-buku bacaan porno.
- e) Segala bentuk jual beli yang mengakibatkan penganiayaan hukumnya haram, seperti menjual anak binatang yang masih bergantung pada induknya.

Para ulama menjelaskan secara umum beberapa faktor penyebab jual beli yang diharamkan, yaitu ada 3:

a) Kezaliman

Kezaliman menafikkan suka dan termasuk juga memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil. Djantara bentuk-bentuk kezaliman yaitu:

- (1) Ghisy, yaitu dengan cara menyembunyikan cacat barang atau dengan cara menampilkan barang yang bagus dan menyelipkan disela-sela barang yang kualitasnya jelek.
- (2) Najasy, secara bahasa najasy artinya membangkitkan. Secara istilah adalah penjual menjelaskan kriteria barang yang tidak sesungguhnya.
- (3) Menjual, membeli barang, dan menawar barang yang terlebih dahulu dijual, dibeli dan ditawar pembeli muslim yang lain.
- (4) Ihtikar (menimbun barang). Ihtikar yaitu menahan barang yang merupakan hajat orang banyak dengan tidak menjualnya agar permintaan bertambah dan harga dipasar menjadi naik, saat itulah kemudian ia menjualnya.

b) Gharar

Orang muslim tidak boleh menjual sesuatu yang di dalamnya terdapat ketidakjelasan (gharar). Kata gharar berarti hayalan atau penipuan, tetapi juga berisiko dalam keuangan biasanya diartikan tidak menentu. Keuntungan yang disebabkan kesempatan dengan penyebab yang tidak dapat ditentukan adalah dilarang. Ketidakjelasan pada

barang tersebut disebabkan karena fisik barang tidak jelas, sifat barang tidak ada, ukurannya tidak jelas, barang bukan milik penjual, tidak jelas jangka waktu pembayarannya, penjual menentukan harga.

Gharar ada 3 macam, yaitu:

- (1) Jual beli sesuatu yang tidak ada, seperti jual beli habl alhabalah.
- (2) Jual beli sesuatu yang tidak diserahterimakan, seperti unta yang melarikan diri.
- (3) Jual beli sesuatu yang tidak dapat diketahui secara mutlaq, atau tidak dapat diketahui jenis maupun ukurannya.

c) Riba

Riba berasal dari bahasa Arab yang berarti Az-ziyadah (tambahan), yang dimaksudkan disini adalah tambahan pembayaran atas uang pokok pinjaman. Sedangkan riba menurut istilah adalah mengambil tambahan dari harga pokok atau modal dengan cara yang bathil. Islam melarang riba (bunga) atas jual beli atau perniagaan.¹³ Ada banyak pendapat dalam menjelaskan arti riba, akan tetapi secara umum terdapat benang merah yang menegaskan bahwa riba adalah pengambilan tambahan, baik itu dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam dengan cara yang bathil, atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam.¹⁴

2. Produk Tiruan dan Klasifikasinya

a. Pengertian Produk Tiruan

Produk adalah sesuatu yang bisa diraba maupun tidak, seperti bungkus, warna, harga pelayanan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan mereka. Produk juga merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan. Jadi produk memiliki pengertian yang lebih luas dari pada

¹³ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 70.

¹⁴ Dra. Gibtiah, M.ag, *Fiqih Kontemporer* (Jakarta, Prenamedia Group, 2016, cet-1), 74.

sekedar bentuk secara fisik tetapi ia juga meliputi segala variabel yang menyertainya seperti kemasan, merek, dan label yang dapat ditawarkan kepada pasar dan dapat memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen.

Produk imitasi adalah produk tiruan atau bukan produk asli. Tiruan disini maksudnya adalah produk yang dibuat sama persis dengan produk aslinya atau sedikit menyerupai dari produk asli. Setiap perusahaan atau usaha yang mengkhususkan diri sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran maka kebijakan produk yang dipasarkan tersebut merupakan alat untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen, hal ini perlu diketahui oleh perusahaan agar perusahaan yang bersangkutan dapat melayaninya. Melayani konsumen-konsumen berdasarkan kebutuhan berarti perusahaan perlu menggunakan konsep dalam pemasaran agar tujuan dari perusahaan tersebut tercapai.

Bagi konsumen mutu produk dikatakan tinggi apabila mereka dapat mempergunakan produk dalam jangka panjang tanpa kesulitan yang berarti, tidak mudah rusak, serta mudah dalam menggunakannya dan memperbaikinya. Bentuk dan desain produk dapat mempengaruhi kehandalan dalam menjalankan fungsinya. Dalam hal ini produsen terus menerus mengembangkan bentuk, model dan desain produk mereka, sehingga kehandalan produk itu menjalankan fungsi utamanya tetap terlihat menonjol.

b. Ciri-ciri Barang Tiruan

Barang tiruan yang diperjualbelikan memiliki ciri-ciri antara lain: pola pada bahan, kulit, jahitan, kualitas ritsleting, logo, kancing, cek barcode dan nomor seri, label, harga dan kualitas packing.

Pada jahitan pakaian yang bermerek dibuat dengan hati-hati, bahkan sampai jahitan terkecil. Pada produk asli dijahit rangkap dengan rapi. Kualitas ritsleting pada barang bermerek asli terbuat dari logam yang bagus dan disertai logo yang sama dengan merek dagang.

Jika dilihat dari logo, logo yang asli rata dengan permukaan pakaian, sementara yang palsu akan menyembul dari permukaan barang karena hanya dilem dengan cara biasa. Kancing pakaian bermerek yang asli

memiliki kancing khusus yang berlabel dari merek pakaian tersebut. Selain itu di label baju yang tersembunyi di bagian dalam biasanya disertakan kancing cadangan. Label pastikan penulisan kata pada label, *tag*, dan *guarantee card* sudah benar. Produk yang asli ditulis dengan nama negara tempat pembuatannya misalnya (*made in Vietnam*), bukan kota (*made in Hanoi*).

Kemudian cek barcode dan nomor seri, barcode pada produk asli akan mengarahkan ke situs resmi perusahaan jika dilakukan scan. Kualitas packaging, dustbag atau kantong kain pembungkus produk yang asli jauh lebih bagus daripada yang palsu.

Dustbag disertai logo resmi, silica gel dan disertai dengan buku petunjuk perawatan. Kemudian cara paling mudah dan efektif untuk membedakan antara barang asli atau barang tiruan adalah dengan mengecek harganya. Harga barang tiruan lebih murah dibandingkan dengan harga barang yang asli.

c. **Tingkatan Barang Tiruan**

Kecenderungan konsumen terhadap produk palsu sangat bervariasi dengan fungsi sosial yang mendasari sikap mereka. Ciri-ciri kepribadian dan wawasan merupakan faktor penentu memungkinkan konsumen untuk mempengaruhi permintaan mereka terhadap barang tiruan melalui bauran pemasaran. Jadi, minat beli konsumen terhadap barang tiruan berdasarkan tingkatan barang tiruan itu sendiri, dapat diukur berdasarkan kondisi ekonomi maupun minat konsumen. Barang tiruan memiliki tingkatan, diantaranya:

1) Kualitas super premium

Kualitas super premium ini berada di bawah satu tingkat dari barang aslinya. Kadang barang ini juga berasal dari barang *reject* atau barang yang tidak memenuhi standar dan tidak lolos *quality control*.¹⁵ Jadi, produk kualitas super premium memiliki kualitas setara dengan barang yang original, namun tidak semua produk kualitas memenuhi standar kualitas yang sama dengan barang original.

¹⁵ <https://www.pramborsfm.com/lifestyle/memahami-kepanjangan-ori-kw-dan-kw-super-dan-tingkatan-kualitas-barang/all> diakses pada 1 Maret 2023.

Di sisi lain, produk kualitas super premium memiliki sertifikat keaslian, nomor seri dan cetakan merek yang sama dengan produk original. Ciri-ciri produk kualitas super memiliki jahitan yang rapi dan warna tidak mudah pudar.

2) Kualitas super AAA

Barang kualitas super AAA ini kelasnya masih di bawah super premium. Hanya saja secara penampilan berhasil menirunya. Akan tetapi bahan yang digunakan lebih murah. Misalnya barang asli menggunakan kain import maka kualitas super AAA menggunakan kain lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa barang kualitas super AAA kualitasnya di bawah kualitas super premium, akan tetapi berhasil meniru dari produk aslinya. Barang kualitas super AAA tersebut menggunakan bahan yang lebih murah dibandingkan kualitas super premium.

3) Kualitas super

Barang kualitas super hanya meniru bagian luar saja, tidak pada bagian dalamnya. Misalkan tas asli berbahan beludru yang bagus, sementara tas kualitas super berbahan kanvas yang biasa saja.

4) Kualitas semi super

Barang kualitas semi super menggunakan bahan berbeda dari produk aslinya. Misalnya tas yang terbuat dari bahan kulit domba asli diganti engan kulit sapi. Penggunaan bahan kulit sapi di bagian tertentu saja, misalnya bagian pegangan atas, sementara pada bagian lainnya menggunakan kulit imitasi.¹⁶

5) Kualitas 1

Kualitas 1 memiliki kualitas di bawah kualitas semi super. Kualitas 1 fokus pada bentuk yang dibuat agar terlihat mirip dengan aslinya, namun tidak memperhatikan kualitas bahannya.

6) Kualitas 2

Barang kualitas 2 dibuat dari bahan-bahan murah. Bahan-bahan tersebut dipilih untuk menekan biaya produksi. Kualitas barang kualitas 2 di bawah

¹⁶ *Ibid.*

kualitas 1, dan lebih cepat rusak juga. Barang kualitas 2 tidak serupa dengan barang aslinya dan dijual dengan harga yang sangat murah.

d. Klasifikasi Produk Tiruan

Klasifikasi produk dapat dilakukan dari berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk diklasifikasikan ke dalam tiga kelompok utama, yaitu:

1) Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis untuk dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya adalah sabun, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam.

2) Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya dapat bertahan lama dengan pemakaian yang berulang-ulang. Contohnya adalah televisi, lemari es, mobil, computer dan lain-lain.

3) Jasa (*service*)

Jasa merupakan aktivitas yang memberikan manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya adalah bengkel, salon kecantikan, kursus, lembaga pendidikan dan lain-lain.

Selain itu umumnya produk juga diklasifikasikan berdasarkan siapa pelanggannya dan untuk apa produk itu dikonsumsi. Berdasarkan kriteria tersebut produk bisa dibedakan menjadi barang konsumen (*consumer's goods*) dan barang industri (*industrial's goods*).

Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan pelanggan itu sendiri baik individu atau rumah tangga bukan untuk tujuan bisnis. Pada umumnya barang pelanggan dapat diklasifikasikan menjadi 4 jenis, yaitu:

1) *Convenience goods*

Convenience goods adalah barang yang dibutuhkan dalam waktu segera dan dalam membandingkan untuk membelinya memerlukan usaha yang sangat kecil. Contohnya adalah rokok, sabun, pasta gigi, baterai, permen, dan surat kabar. *Convenience goods* masih bisa dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu:

- a) *Staples* adalah barang yang dibeli konsumen secara rutin, misalnya sabun mandi, pasta gigi dan sampo.
 - b) *Impulse goods* merupakan barang yang akan dibeli tanpa adanya perencanaan terlebih dahulu atau usaha dalam mencarinya, biasanya tersedia diberbagai tempat. Contohnya adalah membeli permen, coklat, majalah, dan jajan.
 - c) *Emergency goods* adalah barang yang dibeli jika suatu kebutuhan tersebut sangat mendesak, misalnya payung dan jas hujan dimusim hujan.
- 2) *Shopping goods*
Shopping goods adalah barang-barang yang pada saat pemilihan dan pembeliannya dibandingkan terlebih dahulu diantara alternatif yang tersedia. Perbandingan tersebut diantaranya adalah harga, kualitas, dan model masing-masing barang. Contohnya adalah alat-alat rumah tangga, pakaian, dan furniture. *Shopping goods* terdiri dari 2 jenis, yaitu:
- a) *Homogeneous shopping goods* yaitu barang-barang yang dianggap serupa dalam hal kualitas tetapi cukup berbeda dalam hal harganya. Contohnya radio, televisi, mesin cuci dan laptop.
 - b) *Heterogeneous shopping goods* merupakan barang-barang yang mempunyai karakteristik atau ciri-cirinya dianggap lebih penting daripada aspek harganya. Contohnya perlengkapan rumah tangga, pakaian, mebel dan kendaraan.
- 3) *Specialty goods*
Specialty goods merupakan barang-barang yang memiliki beberapa karakteristik dan identifikasi merek unik yang membuat konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk membeli produk tersebut. Seperti membeli mobil sport, handphone merek iphone, kamera Nikon dan lain-lain.
- 4) *Unsought goods*
Unsought goods merupakan barang-barang yang umumnya belum terpikirkan konsumen untuk dibeli. Ada dua jenis *unsought goods*, yaitu:
- a) *Regularly unsought goods* adalah barang-barang yang sebetulnya sudah diketahui tetapi tidak terpikirkan untuk membelinya.

- b) *New unsought goods* yaitu barang yang benar-benar baru dan sebelumnya belum pernah diketahui. Jenis barang ini adalah hasil inovasi dan pengembangan produk lama menjadi produk yang baru, sehingga banyak yang belum mengetahui produknya.

e. Faktor-faktor yang Menyebabkan Terjadinya Jual Beli Barang Tiruan

Beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya jual beli barang tiruan, antara lain:

- 1) Untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin meningkat

Kebutuhan manusia yang semakin meningkat dan beragam membuat manusia menghalalkan segala cara untuk memenuhi kebutuhannya tanpa memperhatikan syari'at Islam.

Jadi semakin meningkatnya kebutuhan manusia, banyak masyarakat melakukan usaha yang dilarang oleh Islam agar mendapat keuntungan yang lebih besar.

- 2) Kurangnya keimanan

Kurangnya keimanan mendorong manusia untuk memenuhi keinginannya bukan untuk kebutuhannya semata. Berlebih-lebih dalam kepuasan pribadi atau dalam pengeluaran untuk hal-hal yang tidak perlu.¹⁷

Kurangnya iman yang kuat dapat mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan jual beli yang tidak sesuai dengan apa yang telah di syari'atkan dalam Islam.

- 3) Tuntutan standar hidup yang terlalu berlebih

Standar hidup merupakan gaya hidup dan tingkat kesenangan yang diperlukan seseorang bagi kehidupannya untuk memperoleh dan mempertahankan sesuatu yang dia perjuangkan secara sah.¹⁸

Standar hidup seseorang memicu untuk melakukan segala cara agar tercapai kesenangan yang diinginkan seseorang.

¹⁷ Afzalut Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1995, Jilid II), 49.

¹⁸ *Ibid*, 53.

4) Kerakusan manusia

Keinginan manusia tidak mempunyai batas, jika satu keinginan terpenuhi maka akan muncul keinginan yang lain yang tidak pernah ada habisnya dan semua itu tidak akan memberi kepuasan.

Oleh sebab itu, manusia selalu ingin mendapatkan apa yang yang diinginkan sehingga melakukan apa saja untuk sekedar memenuhi kebutuhannya.

5) Ingin mendapatkan keuntungan yang lebih

Jual beli yang dilakukan hanya ingin mendapatkan keuntungan semata, tidak untuk menghasilkan barang yang berkualitas dan juga berguna bagi masyarakat luas. Jadi penjual hanya ingin mendapat keuntungan tanpa memikirkan akibat dari tindakan yang dilakukannya.

6) Adanya persaingan bisnis

Persaingan dalam dunia bisnis telah berkembang mengarah kepraktek-praktek persaingan liar kurang sehat dengan cara menghalalkan segala cara (*machiavelistik*) demi mendapatkan keuntungan yang lebih besar.¹⁹ Pelaku bisnis tidak memperhatikan norma atau aturan yang berlaku menurut syari'at Islam.

3. Merek

Merek merupakan suatu dimensi tambahan dari suatu produk dimana merek digunakan untuk membedakan suatu produk satu dengan produk lainnya secara unik.

Merek adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol, desain yang mengidentifikasi suatu produk atau jasa. Dapat disimpulkan bahwa merek merupakan intangible asset yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena merek merupakan sesuatu yang spesifik dari sebuah produk yang dapat menjadi sebuah pembeda dengan produk lainnya.

Merek merupakan sesuatu yang dijual oleh suatu perusahaan, jadi bagaimana suatu merek dapat menimbulkan niat beli dan keputusan pembelian bagi konsumen.

Perusahaan hanya memiliki sedikit nilai jika tidak menggunakan merek, karena disini merek merupakan suatu aset berwujud yang dimiliki perusahaan dan juga karena

¹⁹ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Dema Insani, 2002), 92.

sebagian permintaan terdapat pada ekuitas merek. Maka tidak heran jika perusahaan berusaha keras untuk melindungi merek mereka, karena merek merupakan suatu aset berharga yang secara terus-menerus beresiko. Merek yang sukses pasti cenderung untuk ditiru. Pemalsuan merupakan kejahatan tertua yang sudah ada dari zaman dahulu.

Oxford Advanced Learner's Dictionary mendefinisikan Counterfeits dibuat agar terlihat sama persis “seperti sesuatu”, yang dibuat untuk untuk mengelabui orang agar berpikir bahwa mereka mendapatkan barang yang nyata/asli. Keinginan konsumen untuk memperoleh produk bermerek mewah merupakan alasan utama pasar memunculkan merek tiruan. Itu berarti alasan konsumen ingin membeli produk bermerek mewah dapat menjadi indikator yang signifikan, mereka membeli produk tiruan bermerek mewah. Produk bermerek mewah ini direplikasi bahkan sampai ke detail terkecil dalam warna, desain dan jangkauan.

4. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam terdiri dari kata etika dan bisnis yang berbasis Islam. Menelusuri asal usul etika tidak lepas dari asal kata ethos dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*).²⁰ Menurut Solovon, etika yaitu ethics yang mempunyai arti “apa yang seharusnya menjadi sifat yang baik bagi seseorang”.²¹

Etika dalam bahasa Arab sering disebut dengan akhlak, secara terminologis (isthilahan), para ulama Ilmu Akhlak merumuskan pengertian akhlak dalam beberapa pengertian yang berbeda-beda, diantaranya: Pertama, Muhammad ‘Ilaan Ash-Shadiqy, yang mengemukakan pengertian akhlak yaitu “Akhlak adalah suatu pembawaan dalam diri manusia yang dapat menimbulkan perbuatan baik, dengan cara yang mudah (tanpa dorongan orang lain). Kedua, oleh Abdul Karim Zaidan, yang mengartikan akhlak sebagai “Akhlak adalah nilai-nilai dan sifat-sifat yang tertanam dalam jiwa, yang dengan sorotan dan timbangannya seseorang dapat menilai perbuatan baik atau

²⁰ Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 4.

²¹ Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 279.

buruk, untuk kemudian memilih melakukan atau meninggalkannya”.²²

Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi lainnya.²³ Dalam makna yang lebih tegas etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, benar, salah dan lain sebagainya serta prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja.²⁴

Kata bisnis dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan juga dalam bidang usaha.²⁵ Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.²⁶

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komitmen dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi agar tujuan bisnisnya selamat. Selain itu, etika bisnis juga dapat diartikan sebagai pemikiran tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yaitu tentang perbuataan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang berbisnis atau bekerja.²⁷

Islam sangat menekankan aspek kehalalannya, baik dari segi perolehan maupun pendayagunaannya. Islam juga

²² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 22.

²³ Agus Hariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 4.

²⁴ Faisal Badroen, dkk., 5.

²⁵ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, 15.

²⁶ Abdul Aziz, 28.

²⁷ Faisal Badroen, dkk., 16.

sangat mengakui desirabilitas “hasrat” dalam aktivitas bisnis, tidak seperti agama-agama lain, Islam tidak mencela bisnis atau aktivitas duniawi lainnya. Menurut Islam, tidak ada salahnya dalam perdagangan dan komersialisasi yang adil, dalam kenyataannya orang pelaku bisnis yang melakukan kegiatan operasi bisnis dengan jujur dan sesuai tauhid dalam Islam menegaskan pemberi rizki adalah Allah SWT., kemudian manusia diperintah untuk berusaha dan dalam pemberian rizki ada nilai tambah yang diberikan berdasarkan usaha yang telah dilakukan. Dan nilai tambahan tersebut adalah barokah.

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melanjutkan tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam berbisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.²⁸

Imam Al-Ghazali berkata, “Tidaklah pantas bagi pedagang memfokuskan pandangannya terhadap dunia dengan melupakan akhirat karena umurnya akan sia-sia dan transaksinya merugi. Namun, apa yang ditinggalkannya dari laba akhirat tidak bisa dibandingkan dengan apa yang diperolehnya di dunia ini. Maka ia membeli dunia dengan akhiratnya”.²⁹

Seseorang yang berakal harus bersimpati terhadap dirinya dengan cara menjaga modalnya. Dan modal manusia di dalam kehidupan ini adalah agamanya, berikut aktivitas jual belinya.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dan halal haram dalam dunia

²⁸ Abdul Aziz, 35.

²⁹ Yusuf Qordhowi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1993), 194.

bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.

Dengan demikian maka sangat perlu untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat *the right thing* yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas. Bisnis Islami adalah upaya pengembangan modal untuk kehidupan yang dilakukan dengan mengindahkan etika Islam. Selain menetapkan etika, Islam juga mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya.

b. Aktivitas dan Etika Bisnis dalam Islam

Dalam melakukan segala aktivitas terutama dalam bentuk kegiatan usaha ada namanya etika yang mengaturnya. Sehingga dalam kegiatan tersebut dapat menimbulkan keharmonisan dan keselarasan antar sesama. Begitu juga dalam dunia bisnis yang tidak dapat lepas dari yang namanya etika bisnis. Etika bisnis merupakan aturan yang mengatur tentang aktivitas bisnis.

Ciri etika Islam didasarkan atas kekuatan Al-Quran dan Al-Hadits, yang di dalamnya mengandung unsur keimanan dan kepercayaan adanya hari pembalasan. Pada saat itu, perbuatan-perbuatan yang salah akan mempunyai arti yang sangat penting, sedangkan perbuatan yang buruk akan mendapatkan hukumannya. Al-Quran diyakini sebagai panduan bagi manusia dalam menjalani kehidupannya, agar tindakannya sesuai dengan yang diperintahkan oleh Tuhan.³⁰

Selain itu, adanya kesadaran pada diri manusia bahwa hukum yang berasal dari Tuhan bersifat tetap dan tegas sehingga keseimbangan dan keadilannya terus terjaga. Demikian pula dengan kehidupan manusia. Apabila manusia sungguh-sungguh menjadikan Al-Quran sebagai Furqan (pembeda), keseimbangan dan harmonisasi dalam kehidupannya akan terpelihara. Jika demikian, umat

³⁰ Muhammad Alfian, *Filsafat Etika Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 71.

manusia akan menemukan kebahagiaan sejati di dunia dan di akhirat.

Adapun aktivitas dan etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

1) Pebisnis harus jujur (*Shiddiq*)

Shiddiq adalah berkata benar, jujur terhadap diri sendiri, makhluk lain dan sang pencipta. Tanpa kejujuran, semua hubungan termasuk hubungan bisnis pasti tidak akan berjalan lama. Padahal dalam prinsip berbisnis interaksi yang memberikan keuntungan sedikit tetapi berlangsung berkali-kali (lama) lebih baik dari pada untung banyak tetapi hanya sekali, dua atau tiga kali saja.

Jujur merupakan motivator yang abadi dalam budi pekerti dan perilaku seorang pebisnis muslim. Karena sebagai salah satu sarana untuk memperbaiki amalnya dan sarana untuk bisa masuk surga.

2) Pebisnis Amanah

Islam mewajibkan pebisnis untuk mempunyai sikap amanah terhadap dirinya sendiri dan orang lain, apalagi tidak boleh meremehkan hak orang lain yang memberikan amanah. Karena amanah merupakan tanggung jawab yang besar yang lebih berat dari seluruh yang ada di dunia ini.

3) Pebisnis berlaku Adil

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan melarang umatnya untuk berbuat suatu kecurangan. Kecurangan dalam berbisnis merupakan pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci dari suatu keberhasilan bisnis adalah sebuah keadilan. Bersikap adil dalam transaksi jual beli berdampak baik kepada hasil jualannya, karena konsumen akan merasakan kenyamanan dan tidak ada yang diletakkan serta dirugikan.

4) Pebisnis toleransi dan mempunyai sikap keramah tamahan

Dalam Islam berbisnis tidak sekedar memperoleh keuntungan materi semata, tetapi juga menjalin hubungan harmonis yang pada gilirannya menguntungkan kedua belah pihak karena kedua belah pihak tersebut harus mengedepankan toleransi. Ramah

merupakan sifat terpuji yang dianjurkan oleh agama Islam untuk siapa saja dan kepada siapa saja. Dengan ramah, maka banyak orang yang suka dengan ramah banyak pula orang yang senang. Karena ramah merupakan bentuk aplikasi dari kerendahan hati seseorang.

Bentuk-bentuk toleransi dan keramah tamahan yaitu tidak menaikkan keuntungan yang melampaui batas kewajaran, menerima kembali dalam batas tertentu barang yang dijualnya jika pembeli merasa tidak puas dengan barang yang dijual. Oleh karena itu, dengan bersikap ramah dan toleransi dalam melakukan transaksi jual beli dapat membuat konsumen senang dan betah atau bahkan merasa tentram jika bertransaksi.

5) Keterbukaan dan kebersamaan

Kesediaan pelaku bisnis untuk menerima pendapat orang lain yang lebih benar serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang kreatif dan juga positif. Tidak hanya dengan keterbukaan, seorang pebisnis haruslah menjalin hubungan dan kerja sama dalam membagi beban dan memikul tanggung jawab tanpa adanya diskriminasi diantara pelaku bisnis.

c. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Setiap pelaku bisnis dalam Islam memiliki aturan-aturan atau etika yang harus dilakukan. Hal ini dilakukan karena manusia tidak hanya hidup sendiri melainkan sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dan memiliki pertanggungjawaban yang akan dia ajukan kepada Allah SWT. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang berasal dari Al Qur'an dan Hadist yang telah diterapkan oleh Rasulullah SAW. Saat menjalankan bisnisnya. Sistem etika bisnis Islam nilai moralitas etikanya menanamkan anjuran tentang hubungan manusia dengan Tuhannya. Etika bisnis Islam mempunyai prinsip-prinsip dasar yang dirumuskan dan dikembangkan oleh sarjana muslim. Prinsip-prinsip dasar tersebut adalah sebagai berikut:

1) Kesatuan (*Unity*)

Alam semesta termasuk manusia adalah milik Allah SWT. yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhlukNya.

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah SWT. sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifa, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.³¹ Dari prinsip ini maka Islam menawarkan keterpaduan antara agama, ekonomi, dan sosial budaya demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini, maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.³²

Berdasarkan aksioma ini maka pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak akan melakukan:

- a) Diskriminasi antara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama.
 - b) Terpaksa dipaksa melakukan praktik mal bisnis karena hanya Allah SWT. lah yang semestinya ditakuti dan dicintai.
 - c) Menimbun kekayaan atau serakah karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah dari Allah SWT.
- 2) Keseimbangan (*Equilibrium*)

Islam dalam aktivitas dunia kerja dan bisnis mengharuskan untuk berbuat adil kepada semua pihak tanpa adanya pengecualian. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah SWT. dan RasulNya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana semestinya (sesuai dengan aturan syariah), tidak mengakomodir salah satu hak, dapat menempatkan seseorang tersebut kepada kezaliman, karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan. Allah SWT. berfirman dalam QS. Al-Maidah: 8

³¹ Faisal Badroen, dkk., 89.

³² Abdul Aziz, 46.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ وَلَا
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا ۗ اَعْدِلُوْا ۗ هُوَ اَقْرَبُ
لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ

Artinya: “Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT. menjadi saksi yang adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adil lah karena adil itu lebih dekat dengan takwa”.

Islam mengajarkan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan, bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan.³³ Dalam konteks manajemen bisnis, prinsip keadilan menjadi titik sentral dalam pengelolaan bisnis, yaitu adil dalam memperlakukan karyawan, adil dalam menetapkan kebijakan, adil dalam menentukan harga, adil dalam melakukan pendistribusian barang-barang dan adil dalam pemberian kesempatan kepada pihak lain untuk bertumbuh bersama. Dengan demikian hakikat keadilan dalam bisnis adalah menghadirkan kemaslahatan.

3) Kehendak bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimiliki. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban pribadi setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.³⁴

Prinsip kebebasan dalam bisnis melahirkan inovasi dan kreatifitas yang diperlukan dalam menghasilkan

³³ Faisal Badroen, dkk., 91.

³⁴ Abdul Aziz, 46.

karya-karya bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Faturahman Djamil, syariah Islam memberikan kebebasan kepada setiap orang, tetapi yang menentukan akibat hukumnya adalah ajaran agama.

Seperti halnya dalam bermuamalah, kebebasan dalam menciptakan mekanisme pasar memang diharuskan dalam Islam dengan tidak ada kezaliman, maysir, gharar dan riba. Dengan demikian, kebebasan berhubungan erat dengan kesatuan dan keseimbangan.

4) Bertanggung jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakan yang dilakukannya. Secara logis prinsip ini berhubungan berat dengan kehendak bebas, ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua apa yang telah dilakukannya.

Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi vertikal (kepada Allah SWT.) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat. Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah SWT. selalu mengamati perilakunya dan akan mempertanggungjawabkan semua tingkah lakunya kepada Allah SWT. dihari akhir nanti. Sisi horizontalnya kepada masyarakat atau para konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan yang dilakukannya.

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip-prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tidak ada satu cara pun bagi seseorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan kepada Allah SWT. dan

melakukan perbuatan-perbuatan yang baik (amal saleh).

Tanggung jawab muslim yang sempurna ini tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memiliki keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya.³⁵

5) Kebenaran, kebajikaan dan Kejujuran (*Benevolence*)

Kebenaran adalah nilai yang dijadikan dan tidak bertentangan dengan ajaran agama Islam. Dalam konteks bisnis, kebenaran yang dimaksudkan sebagai niat, sikap dan berperilaku yang benar. Kebajikan adalah sikap ihsan yang merupakan tindakan memberi keuntungan bagi orang lain. Sedangkan kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan.

Menurut Ahmad dalam Etika Bisnis Islam Faisal Badroen terdapat sejumlah perbuatan yang dapat *support* pelaksanaan aksioma ini dalam bisnis, yaitu kemurahan hati (*leniency*), motif pelayanan (*service motives*) dan kesadaran akan adanya Allah SWT. dan aturan-aturan yang menjadi prioritas.³⁶

Kemurahan hati adalah pondasi dan ihsan. Keihsanan adalah tindakan terpuji yang dapat memengaruhi hampir setiap aspek kehidupan, wujud kemurahan hati diantaranya tidak terlalu kaku dalam menentukan harga, memberikan bonus bagi pelanggan, dengan seperti demikian maka akan menjadi kebaikan dan menambah keberkahan.

Sedangkan *service motives*, artinya organisasi bisnis Islami harus bisa memperhatikan setiap kebutuhan dan kepentingan pihak lain (*stakeholders*), menyiapkan setiap tindakan yang dilakukan untuk membantu pengembangan/pembangunan kondisi sosial dan lain sebagainya, selama muslim tersebut bergiat dalam aktivitas bisnis, maka kewajiban seorang muslim untuk memberikan yang terbaik untuk komunitasnya dan bahkan untuk kemanusiaan secara umum.

³⁵ Faisal Badroen, dkk 101.

³⁶ *Ibid*, 102.

Manusia juga diwajibkan untuk mengenal dan mengobservasi skala prioritas Al-Qur'an. Seperti: lebih memilih kepada penghargaan akhirat ketimbang penghargaan duniawi, lebih memilih kepada tindakan yang bermoral ketimbang yang tidak bermoral dan lebih memilih halal ketimbang yang haram.³⁷

Dalam pandangan Islam, sikap ini sangat dianjurkan dalam berbisnis. Dari sikap kebenaran, kebajikan (sukarela) dan kejujuran maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan yang namanya persaudaraan. Persaudaraan bermitra antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun.

Semua proses bisnis akan dilakukan secara transparan. Al Qur'an menegaskan agar dalam berbisnis tidak dilakukan yang mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Sebaliknya harus dilakukan dengan kesadaran dan sukarela.³⁸

d. Etika Bisnis Tentang Jual Beli Barang Tiruan

Di zaman modern ini, manusia melakukan berbagai macam bisnis untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, untuk mendapatkan keuntungan yang lebih dengan berbagai cara seperti menjalankan suatu kegiatan bisnis dengan cara berdagang atau jual beli.

Jual beli adalah kegiatan bertemunya penjual dengan pembeli dimana kegiatan tersebut bertujuan untung mencari sebuah keuntungan. Jual beli yang baik adalah yang didalamnya terdapat kejujuran dan tidak mendurhakai Allah SWT. Untuk mencapai jual beli yang seperti itu, terdapat unsur-unsur yang harus terpenuhi berupa syarat-syarat dan rukun jual beli itu sendiri. Dalam hukum muamalat, Islam mempunyai prinsip-prinsip yang dirumuskan dan sudah ditentukan oleh Al-Qur'an dan juga sunnah serta dilakukan atas dasar sukarela tanpa mengandung unsur paksaan.

Salah satu usaha dagang saat ini yang marak terjadi adalah usaha dagang barang tiruan. Persoalan barang tiruan sudah semakin meresahkan, karena banyaknya barang

³⁷ *Ibid*, 103.

³⁸ *Ibid*, 104.

tiruan yang diperjualbelikan di pasar-pasar maupun toko. Barang tiruan dijual dengan harga yang cukup murah dan dengan kualitas yang kurang baik.

Persaingan dalam dunia bisnis memicu timbulnya produk-produk baru yang merupakan hasil dari sebuah kreativitas manusia itu sendiri. Dalam perspektif Islam, kreatif dapat diartikan sebagai kesadaran keimanan dari seseorang untuk menggunakan keseluruhan daya dan kemampuan diri yang dimiliki sebagai wujud pengabdian yang tulus terhadap kehadiran Allah SWT.

Kreativitas itu sendiri memiliki batasan dimana batasan itu sendiri berdasarkan pada etika. Dalam kreativitas setiap orang harus mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak orang lain. Dan bertanggung jawab, tanggung jawab adalah perbuatan yang menjunjung tinggi sebuah etika. Sikap yang paling mendasar dalam kreativitas adalah tanggung jawab. Seorang dalam berkreasi harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri karena setiap seseorang akan bertanggung jawab atas apa yang telah dia perbuat.

Islam tidak melarang ketika manusia melakukan kegiatan transaksi jual beli ataupun sewa menyewa, namun semua ini tidak boleh dilakukan yang mengakibatkan kerugian dari salah satu pihak baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli. Dalam dunia perdagangan, Islam sangat menganjurkan agar menjunjung tinggi nilai etika dalam kehidupan sehari-hari.

B. Penelitian Terdahulu

Bagian ini memuat uraian yang berisi secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan peneliti kaji. Oleh karena itu, tinjauan kritis terhadap kajian terdahulu perlu dilakukan dalam bagian ini sehingga dapat ditentukan dimana posisi penelitian yang akan dilakukan berada. Oleh karena itu, peneliti akan memaparkan beberapa penelitian karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan, diantaranya:

1. Skripsi disusun oleh Ismi Nur Aisyah dkk dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Handbag Merek Tiruan” (Studi pada Konsumen Wanita di Kota Malang). Penelitian dari Ismi berisi

bahwa status konsumsi berpengaruh positif terhadap minat pembelian produk handbag merek tiruan melalui sikap konsumen. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin produk handbag mempunyai status dan memiliki simbol merek yang mencerminkan pemakainya sehingga menimbulkan sikap positif dalam pembelian handbag merek tiruan. Sikap konsumen berpengaruh positif terhadap minat pembelian produk handbag tiruan karena adanya fasilitas kemudahan dalam mendapatkan produk tiruan yang beredar dipasaran, murah dan sanksi sosial juga hukum yang masih longgar semakin menjadikan tingginya minat pembelian produk handbag merek tiruan.³⁹

Relevansi penelitian terdahulu dengan judul skripsi yaitu adanya sikap dan minat untuk membeli produk merek tiruan. Perbedaannya yaitu peneliti melihat dari sudut pandang etika bisnis Islam.

2. Skripsi disusun oleh Muhammad Irfan Alimudin dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Barang Hasil Bajakan”. Di dalam penelitian ini Muhamad Irfan meneliti tentang bagaimana hukum jual beli barang hasil dari bajakan. Peneliti menyimpulkan bahwa jual beli barang hasil bajakan tidak diperbolehkan dalam Islam karena tidak sesuai dengan syarat sahnya jual beli dalam konsep etika bisnis Islam, melanggar hak cipta dan merugikan hak milik dari orang lain.⁴⁰ Relevansi penelitian terdahulu dengan judul skripsi yaitu peneliti sama-sama mencari informasi mengenai jual beli barang hasil pemalsuan, dan perbedaannya adalah peneliti melihat dari etika bisnis Islam.
3. Skripsi disusun oleh Sri Wiganti dengan judul “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini menerangkan bahwa pengertian perilaku konsumen adalah pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa. Dalam Islam ada perbedaan yang jelas antara

³⁹ Ismi Nur Aisyah dkk, Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Dan Minat Pembelian Produk Handbag Merek Tiruan (Studi Pada Konsumen Wanita Dikota Malang), Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM) Vol 12 No 4, Universitas Brawijaya, 2014.

⁴⁰ Muhammad Irfan Alimudin, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Barang Hasil Bajakan”, Skripsi (Cirebon: Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati, 2016), Dipublikasikan.

yang halal maupun yang haram. Dengan kata lain, dalam sebuah kegiatan ekonomi dilarang mencampur adukkan antara yang halal dan yang haram. Hal tersebut merupakan bagian dari Batasan konsumsi dalam perilaku konsumen seorang muslim.⁴¹ Relevansi penelitian terdahulu dengan judul skripsi yaitu menerangkan perilaku konsumen dalam konteks perspektif secara Islami.

4. Skripsi disusun oleh Anidawati, (2014) dengan judul skripsi “Implementasi etika pedagang menurut perspektif ekonomi Islam” (studi kasus pada pasar Pelita kecamatan Kubu Babusalam kabupaten Rokan Hilir). Dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa para pedagang di pasar Pelita Kubu Babusalam belum sepenuhnya menjalankan etika bisnis Islam, di mana para pedagang masih melakukan kecurangan-kecurangan seperti mengurangi timbangan, kurangnya keramahan, serta masih melakukan penimbunan barang.⁴² Relevansi penelitian terdahulu dengan judul skripsi yaitu membahas tentang etika bisnis Islam yang dijalankan oleh para pedagang di pasar. Dan perbedaannya adalah objek/tempat yang berbeda, selain itu untuk melihat bagaimana penerapan etika para pedagang di pasar Pelita Kubu Babusalam dan untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang penerapan etika jual beli. Sedangkan penelitian dari peneliti membahas tentang bagaimana jual beli pakaian merek tiruan di pasar Kliwon Kudus.
5. Skripsi disusun oleh Destia Rahmahidayani dengan judul “Jual Beli Barang Fashion Palsu Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Masalahah (Studi Kasus di Kota Kediri Jawa Timur)”. Peneliti menyimpulkan bahwa penjual tidak mengetahui tentang tindak pidana terdapat pelanggaran merek dan tidak adanya sosialisasi dari pemerintah tentang hukum jual beli barang palsu serta adanya sanksi

⁴¹ Sri Wigati, Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Maliyah, Vol. 01, No. 01, Juni 2011.

⁴² Anidawati, “Implementasi etika pedagang menurut perspektif ekonomi Islam” (studi kasus pada pasar Pelita kecamatan Kubu Babusalam kabupaten Rokan Hilir), skripsi (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2014), Dipublikasikan.

terhadap pelanggaran merek terkait Undang-Undang nomor 15 tahun 2001.⁴³

Relevansi penelitian terdahulu dengan judul skripsi yaitu peneliti sama-sama mencari informasi jual beli barang palsu atau tiruan dan perbedaannya adalah peneliti melihat penelitian dari sudut pandang etika bisnis Islam.

C. Kerangka Berpikir

Untuk menunjukkan arah dari penyusunan skripsi dan untuk mempermudah pemahaman dari penganalisaan masalah, maka perlu dikemukakan skema sederhana jalannya suatu pemikiran ke dalam bentuk kerangka penelitian agar dapat memahami proses dan langkah-langkah yang digunakan analisis strategi generik.

Jual beli pakaian merek tiruan di pasar Kliwon Kudus sebagian besar dipengaruhi oleh adanya beberapa faktor, seperti memenuhi kebutuhan hidup yang semakin meningkat, kurangnya iman yang kuat, tuntutan standar hidup yang berlebihan, kerakusan manusia, mendapatkan keuntungan yang lebih dan adanya persaingan bisnis. Karena beberapa faktor tersebut yang menjadikan adanya transaksi jual beli pakaian merek tiruan.

Adapun bentuk dari kerangka berpikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴³ Destia Rahmahidayani, "Jual Beli Barang Fashion Palsu Perspektif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan Masalah", Skripsi (Malang: Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016). Dipublikasikan.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

