

TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI ONLINE

PRODUK IMITASI DI NOVI SHOP

SKRIPSI



Oleh:

NURUL KHASANAH
NIM 210215133

Pembimbing:

ACHMAD BAIHAQI M.H.
NIDN. 2103058201

JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO

2020

ABSTRAK

Khasanah, Nurul. Ponorogo, 2020. *“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Online Produk Imitasi di Novi Shop”*. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, Pembimbing Achmad Baihaqi, M.H.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Merek Imitasi, Hak-Hak Konsumen.

Jual beli merupakan salah satu kegiatan muamalah yang bertujuan untuk tukar menukar barang dengan barang maupun barang dengan uang. Pada zaman dulu, jual beli diharuskan bertatap muka langsung antara penjual dengan pembeli. Pada zaman yang modern ini, kegiatan jual beli bisa dilakukan melalui internet yang memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli. Tak jarang barang yang diperjualbelikan merupakan barang imitasi atau tiruan. Maka dengan ini, dalam perkembangan Islam terdapat aturan ataupun etika yang harus dimiliki oleh setiap orang yang ingin melakukan bisnis apalagi dia adalah seorang mukmin. Etika bisnis islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), jumlah kepemilikan (barang atau jasa) termasuk profit. Namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Sebagai contoh kegiatan jual beli yang terjadi di Novi Shop. Praktik jual beli yang dilakukan di Novi Shop adalah jual beli online dengan memanfaatkan media *facebook* dan *grup chatting*. Novi Shop akan mengupload barang dagangannya di *facebook* dan *grup chatting* miliknya. Sebagian barang yang ia perjualbelikan merupakan barang imitasi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Online Produk Imitasi Di Novi Shop, (2) Bagaimana Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Hak-Hak Konsumen Di Novi Shop.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah menggunakan wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini dianalisis dengan metode induktif, yakni proses berfikir dari fakta empiris yang didapat dari lapangan (berupa data lapangan) yang kemudian dianalisis, ditafsirkan dan berakhir dengan kesimpulan terhadap permasalahan berdasarkan data lapangan.

Dari data penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) Penggunaan merek di Novi Shop tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggungjawaban dan kebajikan. (2) Hak-hak konsumen menurut hukum etika bisnis Islam sudah sesuai prinsip keseimbangan dan kehendak bebas, hal ini dikarenakan konsumen diperlakukan sama tanpa adanya diskriminasi. Konsumen memiliki hak untuk memilih barang yang akan dibeli dengan tanpa adanya paksaan. Namun hal ini bertentangan dengan prinsip kesatuan, tanggung jawab dan kebajikan, karena pihak Novi Shop tidak memberikan informasi bahwa barang yang dijualnya merupakan produk imitasi atau tiruan.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Nurul Khasanah

NIM : 210215133

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Judul : **Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Online
Produk Imitasi Di Novi Shop**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam sidang munaqosah.

Ponorogo, 01 Oktober 2020

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Hukum Ekonomi Syariah



Menyetujui,
Pembimbing

Achmad Baihaqi M.H.
NIDN. 2103058201



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Nurul Khasanah
NIM : 210215133
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Online
Produk Imitasi Di Novi Shop

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

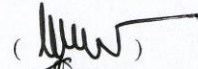


Hari : Selasa
Tanggal : 27 Oktober 2020

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Syariah pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 9 Desember 2020

Tim Penguji :

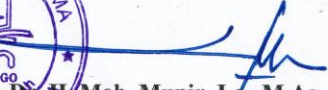
1. Ketua Sidang : Dr. Miftahul Huda, M.Ag.
2. Penguji 1 : Dr. Abid Rohmanu, M.H.I.
3. Penguji 2 : Achmad Baihaqi, M.H.

()
()
()

Ponorogo, 9 Desember 2020

Mengesahkan
Dekan Fakultas Syariah,




H. Moh. Munir, Lc., M.Ag.
NIP. 196807051999031001

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Khasanah
NIM : 210215133
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli
Online Produk Imitasi Di Novi Shop

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 17 Desember 2020

Penulis



Nurul Khasanah

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Khasanah
NIM : 210215133
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Judul : **Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Online Produk Imitasi Di Novi Shop**

Dengan ini, menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau plagiasi pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 01 Oktober 2020
Yang membuat pernyataan



NURUL KHASANAH
NIM. 210215133

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi yang saat ini berkembang pesat telah mempengaruhi kegiatan perdagangan. Jual beli dengan sistem online memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai sarana untuk melakukan transaksi. Jual beli yang biasanya dilakukan dengan bertatap muka secara langsung atau datang ke toko langsung dan dalam era modern ini dilakukan dengan cara online dengan memanfaatkan salah satu situs media sosial. Media sosial salah satu sistem yang digunakan dalam transaksi jual beli online, seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan lain sebagainya.

Media sosial membantu manusia sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi bahkan melakukan perdagangan dengan orang lain dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah. Salah satu manfaat dari keberadaan media sosial adalah sebagai media promosi suatu produk. Tak jarang banyak sekali produk-produk barang bermerek yang dijual di sana, namun jika kita teliti lebih lanjut ada beberapa barang bermerek yang dijual tersebut ternyata tidak asli. Hal tersebut tentunya dapat merugikan si pemegang merek.¹

Merek sebagai salah satu wujud karya intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa

¹ Dias Bintang W. & Mozes Reynaldo C., "Pemenuhan Hak Konsumen melalui Perlindungan Hak Merek," *Jurnal Suara Hukum Vol. 2 No. 1*, 34.

dalam kegiatan perdagangan dan investasi. Merek (dengan *brand image*-nya) dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda pengenal atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas produk atau jasa dalam suasana persaingan bebas. Oleh karena itu, merek adalah aset ekonomi bagi pemiliknya, baik perseorangan maupun perusahaan (badan hukum) yang dapat menghasilkan keuntungan besar, tentunya bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan proses manajemen yang baik. Demikian pentingnya peranan merek ini, maka terhadapnya dilekatkan perlindungan hukum, yakni sebagai objek terhadapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum.²

Pada awalnya, merek hanyalah tanda agar konsumen dapat membedakan produk barang/jasa satu dengan yang lainnya. Dengan merek konsumen lebih mudah mengingat sesuatu yang dibutuhkan, dan dengan cepat dapat menentukan apa yang akan dibelinya. Merek itu seperti identitas yang dilekatkan pada suatu produk barang atau jasa yang diperdagangkan tersebut terdapat kontribusi atau campur tangan si pemegang merek produk tersebut. Dengan merek, produk barang atau jasa yang memiliki kesamaan dapat dibedakan sumbernya, kualitasnya serta jaminan bahwa produk tersebut merupakan produk asli.³

Keberadaan merek sendiri memiliki relasi dengan keberadaan pasar yang sekarang semakin terbuka, dalam pasar terbuka terkhususnya di pasar *e-commerce* banyak sekali dibanjiri produk-produk bermerek baik dari

² Adrian Sutedi, *Hak atas Kekayaan Intelektual* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), 91-92.

³ Dias Bintang, "Pemenuhan Hak Konsumen...", 34.

dalam negeri maupun luar negeri. Produk barang bermerek ini ada yang asli dan ada juga yang palsu.

Dengan banyaknya produk imitasi atau palsu yang beredar di kalangan masyarakat menyebabkan banyaknya penjual-penjual online yang bermunculan baik dari kalangan siswa, mahasiswa, sampai dengan ibu rumah tangga. Produk yang dijual pun beragam seperti jilbab, pakaian, sepatu, sandal, tas dan masih banyak lagi.

Penjual online yang banyak kita temukan di kehidupan sehari-hari sebenarnya sangat membantu konsumen untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan harga yang sesuai bagi setiap pembelinya. Konsumen akan dimudahkan dengan berbagai pilihan dan tanpa perlu repot keluar rumah untuk membeli barang maupun jasa yang dibutuhkan.

Penjual online yang terdiri dari berbagai kalangan masyarakat dimudahkan dalam menjalankan usaha bisnisnya dengan hanya mengunggah gambar barang maupun jasa yang mereka tawarkan di internet. Mereka akan memberikan penjelasan mengenai produknya berupa nama produk, pilihan warna, bahan yang digunakan hingga harga produk. Kemudahan inilah yang menjadikan penjual online menjual barang imitasi atau palsu untuk konsumennya. Mereka menjual barang yang sedang laku di pasaran tanpa mengindahkan peraturan yang ada. Yang mereka incar adalah peluang mendapatkan konsumen serta keuntungan yang banyak.

Kegiatan jual beli online produk imitasi atau palsu yang dilakukan penjual online merupakan kegiatan jual beli yang melanggar peraturan yang sudah ditentukan oleh Pemerintah. Peraturan ini terdapat pada UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi.

Di dalam hukum Islam juga dijelaskan bahwa penjual harus mempunyai niat baik (suci) serta jujur dan amanah agar jual belinya berhasil. Niat baik (suci) yang dimaksud adalah tidak ada unsur penipuan. Penjual harus melakukan aktivitas jual beli yang akan menghantarkan seseorang merasa berkecukupan dengan rezeki yang halal, dan akan mendapat pertolongan serta dimudahkan dalam proses melaksanakan akad jual beli, jujur dan amanah akan mendatangkan keberkahan bagi para penjual. Penjual yang seperti ini akan diridhai Allah dan akan bertambah pelanggannya, sedangkan penjual yang berbohong sekalipun mendapatkan untung besar, namun tidak mendatangkan keberkahan dan para pelanggan yang dicurangi tidak akan lagi membeli kepadanya.⁴ Hukum Islam pun juga melarang penjual menjual barang yang tidak jelas, karena jual beli yang seperti ini akan mengandung resiko atau bahaya kepada salah satu pihak sehingga mendatangkan kerugian finansial.⁵

Bagi penjual online yang sudah mengetahui bahwa barang yang ia jual merupakan barang imitasi atau palsu dan tetap melanjutkan kegiatan jual belinya tanpa mengindahkan aturan-aturan yang ada baik dari segi Undang-Undang maupun dari segi Etika Bisnis Islam, jelas ia melanggar

⁴ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli Online* (bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 27-30.

⁵ *Ibid.*, 102.

aturan-aturan tersebut dan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.

Namun bagaimana dengan penjual online yang tidak mengetahui bahwa barang yang ia perjualbelikan merupakan barang imitasi atau palsu dan tidak mengetahui bahwa adanya peraturan Undang-Undang dan Etika Bisnis Islam yang dilanggar bagi pelaku bisnis yang menjual barang imitasi atau palsu.

Dalam realitanya banyak penjual online yang tidak mengetahui bahwa barang yang mereka jual merupakan barang imitasi atau palsu. Mereka hanya memposting gambar yang mereka dapatkan dari penjual yang mereka ambil barangnya tanpa adanya kejelasan bahwa barang tersebut merupakan barang imitasi atau palsu. Selain itu, bagi para penjual online yang merupakan *reseller* mereka tidak mengetahui kondisi asli dari produk yang mereka perjualbelikan selain dari gambar dan kejelasan sekedarnya yang mereka terima.

Seperti yang dilakukan oleh Novi Shop yang menjual berbagai produk imitasi atau tiruan seperti sepatu, sandal, pakaian, tas, dll. Produk yang dijual dengan harga dan kualitas lebih rendah dari produk asli ini, merupakan produk yang sedang diminati oleh konsumen. Novi Shop memasarkan produknya melalui *whatsapp* dan *facebook* yang merupakan marketplace yang banyak dikunjungi orang dan dapat diakses dengan mudah. Faktor yang mendorong Novi Shop menjual barang imitasi atau

tiruan ini, karena produk tersebut sedang diminati banyak orang dan dapat menghasilkan keuntungan.

Novi Shop dalam mengupload gambar produknya tidak mencantumkan keterangan bahwa produk yang dijual merupakan produk imitasi atau tiruan. Sedangkan salah satu hak konsumen yaitu mendapat informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang berarti pembeli harus mendapatkan penjelasan atau klasifikasi dari produk yang akan dibeli serta kejujuran penjual bahwa produk merupakan barang imitasi atau tiruan.

Novi Shop yang merupakan salah satu dari banyaknya penjual online yang mengetahui bahwa barang yang ia perjualbelikan kepada konsumen merupakan barang imitasi atau palsu dan tidak mengetahui adanya aturan yang ada, Apakah ia juga termasuk pelaku usaha yang melanggar Undang-Undang dan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam?

Dari pemaparan penulis di atas, terdapat beberapa hal yang perlu dikaji lebih lanjut yaitu terkait dengan penggunaan merek dalam produk tiruan dan hak konsumen dalam praktik jual beli online di Novi Shop.

Berangkat dari latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Online Produk Imitasi di Novi Shop”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penggunaan Merek Di Novi Shop?
2. Bagaimana Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Hak Konsumen Di Novi Shop?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap penggunaan merek di Novi Shop.
2. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap hak konsumen di Novi Shop.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dalam penelitian ini secara teoritis bermanfaat untuk memberikan suatu pemahaman dan pengembangan pemikiran mengenai bagaimana etika berbisnis yang Islami sesuai dengan syariat Islam, dan penelitian ini diharapkan agar menjadi acuan sebagai penelitian yang akan dilakukan penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Dalam penelitian ini secara praktis bermanfaat sebagai rujukan bagi para produsen yang melakukan kegiatan dalam berbisnis dan bermanfaat juga bagi para pembaca agar bisa lebih memahami ketika menerapkan kegiatan bisnis yang Islami dengan baik dan sesuai aturan syariat Islam.

E. Kajian Pustaka

Dalam tinjauan pustaka ini, penulis menelusuri penelitian-penelitian yang telah dilakukan terdahulu yang relevan terhadap penelitian ini. beberapa karya tulis yang berhasil ditemukan penulis yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Pertama, dalam skripsi yang ditulis Dwi Rachmawati dengan “Judul Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Penjualan Sepatu Tiruan di Jalan Sawo Magetan”. Disini penulis meneliti tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap transaksi dalam penjualan sepatu tiruan dan kualitas produk di Jalan Sawo Magetan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bagi konsumen yang belum mengetahui bahwa produk merupakan produk tiruan maka transaksi tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, namun untuk konsumen yang sudah mengetahui bahwa produk yang dijual merupakan produk tiruan maka transaksi ini tidak melanggar prinsip etika bisnis Islam.⁶

Terdapat persamaan antara skripsi tersebut dengan skripsi yang penulis buat yaitu sama-sama membahas adanya tindakan produk tiruan ditinjau dengan teori etika bisnis Islam. Perbedaan skripsi tersebut dengan skripsi yang penulis buat adalah skripsi tersebut membahas tentang praktik penjualan sepatu tiruan dan kualitas produk, sedangkan pada skripsi yang penulis buat membahas tentang penggunaan merek dan hak konsumen.

Kedua, skripsi yang ditulis Destia Rahma Hidayani dari UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul “Jual Beli Barang Fashion Palsu

⁶ Dwi Rachmawati, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Penjualan Sepatu Tiruan Di Jalan Sawo Magetan”, skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018).

Perspektif UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Maslahah (Studi Kota Kediri)”. Kesimpulan penelitian ini bahwa faktor pendorong penjual menjual tas fashion palsu di kota Kediri adalah banyaknya permintaan dari konsumen, pihak penjual tidak mengetahui tentang aturan mengenai tindak pidana perdagangan produk atau barang palsu, tidak adanya sosialisasi dari pemerintah dan tidak adanya tindakan tegas dari pemerintah daerah. Sedangkan faktor pendorong penggunaan tas fashion palsu di kota Kediri adalah faktor gaya hidup, faktor gengsi, faktor ekonomi, mudah didapat, kegunaan dan faktor tidak diketahuinya aturan mengenai tindak pidana merek.⁷

Terdapat persamaan antara skripsi tersebut dengan skripsi yang penulis buat, yaitu sama-sama membahas tentang merek. Skripsi tersebut membahas mengenai faktor pendorong penjual menjual tas fashion palsu. Perbedaan antara skripsi tersebut dengan skripsi ini adalah penulis menggunakan teori etika bisnis Islam sedangkan penelitian tersebut menggunakan teori *masalah* serta perspektif UU Nomor 15 Tahun 2001.

Ketiga, skripsi Disa Nusia Nisrina dari UIN Alauddin Makassar yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual beli Online dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen”. Skripsi ini mengangkat masalah tentang tinjauan hukum Islam terhadap jual beli *online*, hak-hak konsumen dalam hukum Islam dan undang-undang perlindungan konsumen, dan relevansi jual beli *online* dalam tinjauan hukum Islam terhadap undang-

⁷ Destia Rahma Hidayani, “Jual Beli Barang Fashion Palsu Perspektif UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Maslahah (Studi Kota Kediri)” *Skripsi*, (Malang: UIN Maulana Ibrahim Malang, 2016).

undang perlindungan konsumen. Dengan kesimpulan jual beli *online* yang mengandung kemashlahatan dan efisiensi waktu termasuk aspek muamalah yang pada dasarnya mubah (boleh), kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Hak-hak konsumen dalam hukum Islam berupa hak *khiyar*, sedangkan hak konsumen dalam undang-undang terdapat dalam pasal 4. Relevansi jual beli *online* dalam hukum Islam terhadap undang-undang perlindungan konsumen, secara garis besar dapat disimpulkan berdasarkan asas dan tujuan yang terdapat pada undang-undang perlindungan konsumen dan hukum Islam, yaitu asas manfaat; keadilan; keamanan; keseimbangan; dan kepastian hukum dan dalam hukum Islam ditambahkan mengenai informasi terkait halal dan haram.⁸

Persamaan skripsi tersebut dengan skripsi yang penulis buat adalah sama-sama membahas tentang hak-hak konsumen. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi tersebut membahas hak-hak konsumen dari segi hukum Islam dan undang-undang sedangkan skripsi yang penulis buat lebih spesifik hak-hak konsumen yang membeli barang tiruan ditinjau dari segi etika bisnis Islam dan undang-undang konsumen.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dalam suatu kancah kehidupan yang

⁸ Disa Nusia Nisrina, "Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Online dan Relevansinya terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen" *Skripsi*, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2015).

sebenarnya.⁹ Penelitian ini dilakukan dengan cara mencari data secara langsung dengan melihat objek yang diteliti dengan peneliti sebagai subjek penelitian, dengan memilih orang-orang tertentu yang sekiranya dapat memberikan data yang penulis butuhkan.

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kualitatif, yang merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman tentang fenomena dalam suatu latar yang berkonteks khusus.¹⁰

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam hal ini sebagai alat pengumpul data yang terlibat dan berinteraksi dengan pihak yang terkait.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dipilih peneliti di Magetan yakni lebih khusus di Novi Shop. Alasan peneliti melakukan penelitian di Novi Shop karena pelaku bisnis tersebut menjual produk yang akan diteliti.

4. Data dan Sumber

a. Data

Data adalah fakta yang ditarik menjadi kesimpulan dalam kerangka persoalan yang digarap.¹¹ Data dapat berupa teks, dokumen, gambar, foto, astefak atau objek-objek lainnya yang

⁹ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Muamalah* (Ponorogo: STAIN PO Press, 2010), 6.

¹⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 5.

¹¹ Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), 76.

ditemukan di lapangan selama melakukan penelitian dengan menggunakan penelitian kualitatif.¹²

b. Sumber data

1) Sumber data primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah kata-kata atau informasi yang penulis dapatkan dari informan. Data primer adalah sumber penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Sumber data primer diperoleh para peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.¹³

2) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini, yaitu data yang diperoleh atau berasal dari bahan kepustakaan yang digunakan untuk melengkapi data primer.¹⁴ Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari buku-buku, ataupun pihak lain yang mempunyai keterkaitan oleh data primer.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab dengan bertatap muka atau melalui media telekomunikasi antara

¹² Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 224.

¹³ Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2010), 171.

¹⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), 142.

pewawancara dengan orang yang diwawancarai.¹⁵ Dalam hal ini peneliti akan menanyakan pertanyaan yang sudah terstruktur terhadap pemilik atau owner Novi Shop.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data berbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya.¹⁶ Dalam hal dokumentasi peneliti gunakan untuk memperoleh data mengenai penggunaan merek produk imitasi pada produk Novi Shop.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara deskriptif analitis, yang menjelaskan dengan memaparkan data yang di peroleh dari objek yang di teliti di dalam lapangan. Analisa yang dilakukan peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan analisa data induktif. Analisa induktif adalah proses berfikir dari fakta empiris yang didapat di lapangan (berupa data lapangan), yang kemudian data tersebut dianalisis, dan berakhir dengan kesimpulan terhadap

¹⁵ Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006), 105.

¹⁶ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS, 2014), 33.

permasalahan yang diteliti berdasarkan pada data yang diperoleh dari lapangan.¹⁷

7. Pengecekan Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan pengecekan atau pemeriksaan terhadap data yang dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah dan sekaligus untuk menguji data yang diperoleh oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi yang merupakan suatu pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang.¹⁸

Peneliti menggunakan metode triangulasi ini bertujuan untuk menguatkan data-data yang diperoleh dari pemilik atau owner Novi Shop.

G. Sistematika Pembahasan

Pada penelitian ini, untuk mendapatkan gambaran yang bersifat menyeluruh serta keterkaitan antara pembahasan pada bab yang dibuat satu sama lain, dan untuk mempermudah peneliti dalam proses penulisan skripsi. Maka perlu ada sistematika penulisan. Dalam hal ini peneliti mengelompokkan skripsi penelitian ini menjadi 5 (lima) sub bab. Adapun sistematika pada penulisan skripsi, antara lain :

BAB I : PENDAHULUAN

¹⁷ Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelelitian: Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah Demi Langkah Pelaksanaan Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 253.

¹⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 324.

Bab pendahuluan ini secara keseluruhan skripsi yaitu meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan berisi landasan teori untuk menganalisis data yang telah diperoleh. Dalam bab ini penulis akan menjabarkan tentang teori mengenai jual beli, etika bisnis Islam, UU merek dan UU perlindungan konsumen.

BAB III : GAMBARAN UMUM JUAL BELI ONLINE DI NOVI SHOP

Bab ini memuat data hasil penelitian yang berisi tentang gambaran umum objek penelitian ini, yang meliputi penjabaran gambaran umum jual beli online, penggunaan merek di Novi Shop, serta hak konsumen.

BAB IV : ANALISIS TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI ONLINE DI NOVI SHOP

Bab ini merupakan inti pembahasan dari penelitian skripsi. Bab ini di dalamnya berisi mengenai bagaimana analisis tinjauan etika bisnis Islam terhadap penggunaan merek di Novi Shop dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap hak konsumen di Novi Shop.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan rangkaian terakhir dari penulisan skripsi yang meliputi : kesimpulan dan saran-saran. Sedangkan pada bagian akhir skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM

A. Pengertian Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Etika atau *ethics* dari bahasa Inggris yang mengandung banyak pengertian. Dari segi etimologi, istilah etika berasal dari bahasa latin *ethius* (dalam bahasa Yunani adalah *ethos*) yang dalam bentuk tunggal memiliki banyak arti kebiasaan, akhlak, watak, sikap, cara berfikir. Perkataan etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti kebiasaan. Yang dimaksud adalah kebiasaan baik atau kebiasaan buruk.¹⁹ Dalam Islam, istilah yang paling dekat dengan istilah etika di dalam Al-Qur'an adalah *khuluq*. *Al-Khuluq* dari kata dasar *khuluqa-khuluqun* yang berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaan dan keprawiraan.²⁰

Menurut Keraf, etika adalah disiplin ilmu yang berasal dari filsafat yang membahas tentang nilai dan norma moral yang mengarahkan manusia pada perilaku hidupnya. Jadi, etika memberikan ruang untuk melakukan kajian dan analisis kritis terhadap nilai dan norma moral tadi. Etika adalah refleksi kritis dan rasional terhadap nilai dan norma moral yang mengatur perilaku hidup manusia baik

¹⁹ Ahmad Hulaimi, Sahri, dkk., "Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi" *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* Vol. 2, No. 1, 20.

²⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2008), 38.

pribadi maupun kelompok. Jadi, etika adalah upaya merealisasikan moralitas.²¹

Pengertian etika adalah *a code or set principles which people live* (kaidah atau seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia). Etika adalah bagian filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma atau moralitas. Dengan demikian moral berbeda dengan etika. Norma adalah suatu pranata dan nilai mengenai baik dan buruk, sedangkan etika adalah refleksi kritis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu baik dan buruk. Menipu orang lain adalah buruk. Ini berada pada tataran moral, sedangkan kajian kritis dan rasional mengapa menipu itu buruk apa alasan pemikirannya merupakan lapangan etika.

Dalam makna yang lebih tegas, yaitu kutipan dalam buku *Kuliah Etika* mendefinisikan etika secara terminologis sebagai berikut: *“The systematic study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc. and of the general principles which justify us in applying them to anything; also called moral phylosophy.”* Ini artinya, bahwa etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa

²¹ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 17.

saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.²²

Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral (*moral consciousness*) yang memuat keyakinan ‘benar dan tidak’ sesuatu. Perasaan yang muncul bahwa ia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self-respect* (menghargai diri) bila ia meninggalkannya. Tindakan yang diambil olehnya harus ia pertanggungjawabkan pada diri sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaannya tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian.²³

Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika ialah teori tentang perilaku perbuatan manusia, dipandang dari nilai baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal. Etika lebih bersifat teori yang membicarakan bagaimana seharusnya, sedangkan moral lebih bersifat praktik yang membicarakan bagaimana adanya. Etika lebih pada menyelidik, memikirkan dan mempertimbangkan tentang yang baik dan yang buruk sedangkan moral menyatakan ukuran yang baik tentang tindakan manusia dalam kesatuan sosial tertentu.²⁴

²² Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 5.

²³ *Ibid.*, 5-6.

²⁴ Ahmad Hulaimi, “Etika Bisnis Islam..”, 21.

2. Pengertian Etika Bisnis

Bisnis berasal dari bahasa Inggris “*bussiness*” yang berarti kegiatan usaha.²⁵ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha.²⁶ Bisnis didefinisikan sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Bisnis memiliki makna dasar sebagai “*the buying and selling of goods service*”.

Adapun kaitannya dengan penggunaan istilah, di Indonesia studi tentang masalah etis dalam bidang ekonomi dan bisnis sudah akrab dengan nama “etika bisnis”, sejalan dengan kebiasaan umum istilah bahasa Inggris “*Business Ethic*”. Namun dalam kawasan lain sering digunakan istilah yang lain, misalnya bahasa Belanda pada umumnya dipakai nama *bedrijfsethiek* (etika perusahaan) dan dalam bahasa Jerman *unternehmensethik* (etika usaha). Dalam bahasa Inggris kadang-kadang dipakai istilah *corporate ethics* (etika korporasi). Variasi lain adalah “etika ekonomis” atau “etika ekonomi”. Selain itu juga ditemukan nama *management ethics* atau *managerial ethics* (etika manajemen), disamping nama *organization ethics* (etika organisasi).

²⁵ Agung Eko Purwana, *Hukum Ekonomi* (Ponorogo: STAIN PO PRESS, 2011), 91.

²⁶ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam* (Depok: Gema Insani, 2001), 15.

Namun demikian, pada dasarnya semua nama ini menunjuk pada studi tentang aspek-aspek moral dan kegiatan ekonomi dan bisnis.²⁷

Pengertian bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang memiliki wujud (dapat diindra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.²⁸

Etika bisnis sebagai perangkat baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat bisnis dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai “daratan” atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Selain itu, etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas dari pelaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.²⁹

Etika bisnis adalah cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam

²⁷ Elida Elfi Barus, “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)” *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, vol. 2, No. 2, 129.

²⁸ Ibid., 15.

²⁹ Ahmad Hulaimi, “Etika Bisnis Islam...”, 21.

membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan atau mitra kerja, pemegang saham, masyarakat.³⁰

Etika bisnis dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang profesional.

Berikut beberapa etika bisnis dari sudut kelembagaan dan motivasi pendirian yang umum.

a. Umum:

- 1) Tetap memegang akidah dan syariat Islam;
- 2) Ekonomi bukan satu-satunya tujuan, harus selalu seimbang dengan aspek lain;
- 3) Jadikan perusahaan sebagai institusi mukalaf;
- 4) Jadikan kegiatan bisnis sebagai bagian dari ibadah sesuai dengan konsep syariat;
- 5) Tidak melakukan praktik riba dalam bentuk apapun, termasuk transaksi yang belum pasti atau belum jelas, spekulasi, dan judi;
- 6) Selalu menganjurkan untuk mengangkat harkat hidup orang miskin.³¹

b. Lembaga atau Organisasi

³⁰ Wikipedia, "Etika Bisnis," dalam http://id.m.wikipedia.org/wiki/Etika_Bisnis, (diakses pada tanggal 1 Agustus 2020, jam 08.07)

³¹ Sofyan, Etika Bisnis., 102-103.

- 1) Hanya mendirikan bisnis dengan niat Allah dan menjalankannya sesuai syariat;
- 2) Menjalankan semua kegiatan bisnis sesuai syariat;
- 3) Menjadikan perusahaan sebagai bagian dari fungsi *amar makruf nahi munkar* demi kemashlahatan umat;
- 4) Jadikan perusahaan yang juga berfungsi sosial sesuai ketentuan syariat.³²

3. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), jumlah kepemilikan (barang atau jasa) termasuk profit. Namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.³³

Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah dan selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan runtutan perusahaan.³⁴

Etika bisnis dalam pandangan Islam yaitu memiliki etika yang senantiasa memelihara kejernihan aturan agama (Syariat) yang jauh dari keserakahan dan egoisme. Ketika etika-etika ini diimplikasikan secara baik dalam setiap kegiatan usaha (bisnis) maka usaha-usaha

³² Ibid., 103.

³³ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economic* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 234.

³⁴ Ahmad Hulaimai, "Etika Bisnis Islam...", 21.

yang dijalankan tersebut menjadi jalan yang membentuk sebuah masyarakat yang makmur dan sejahtera. Islam juga memandang tentang etika yakni langkah penting pertama dalam menentukan kaidah-kaidah perilaku ekonomi dalam masyarakat Islam. Pandangan Islam mengenai proses kehidupan tampak unik karena bukan saja perhatian utamanya pada norma-norma etika, melainkan juga karena kelengkapannya.³⁵

Etika bisnis dalam Islam dapat disebutkan secara ringkas diantaranya yaitu, kejujuran, tidak bersumpah palsu, amanah, takaran yang benar, gharar, tidak melakukan judi dalam jual beli, tidak melakukan penipuan dan menyembunyikan kondisi utuh dari barang baik secara kualitas maupun kuantitas, penimbunan barang, saling menguntungkan, larangan menjual barang yang haram, larangan mengambil riba, larangan menawar barang yang sedang ditawar, larangan berjualan ketika dikumandangkan adzan Jum'at.³⁶

Kejujuran, cakupan kejujuran sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang, menimbang dengan timbangan yang tepat, dan lain-lain. Tidak bersumpah palsu, sumpah palsu tidak dibenarkan dalam Islam, apalagi dengan maksud agar barang jualannya cepat laku dan habis terjual.³⁷

³⁵ Ibid., 22.

³⁶ Syaifullah M.S., "Etika Jual Beli dalam Islam", dalam Studi Islamika, (Palu: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Hunafa), Vol. 11, No. 2, 2014, 382.

³⁷ Ibid.

Amanah artinya dapat dipercaya. Amanah juga memiliki arti pedan atau perintah. Dalam konteks fikih, amanah memiliki arti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang dengan harta benda. Takaran yang benar, menakar yang benar dan sesuai tidak mengambil hak dari orang lain, karena nilai timbangan dan ukuran yang tepat serta standar benar-benar harus diutamakan.³⁸

Gharar, gharar menurut bahasa berarti *al-khatar* yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya, atau biasa disebut belum pasti yang dapat merugikan pihak-pihak yang bertransaksi di antara mereka. Tidak melakukan judi dalam jual beli misalnya dengan cara melempar kepada suatu barang yang akan dibeli jika mengenai maka terjadilah proses jual beli, jika tidak maka pembelian tidak terjadi namun biaya telah terbayarkan kepada penjual. Tidak melakukan penipuan dan menyembukan kondisi utuh dari barang baik secara kualitas maupun kuantitas.³⁹

Penimbunan barang, hal ini tidak diperbolehkan karena akan menimbulkan kemadharatan bagi masyarakat karena barang yang dibutuhkan tidak ada di pasar. Saling menguntungkan, prinsip ini mengajarkan bahwa dalam bisnis para pihak harus merasa diuntungkan. Larangan menjual barang haram, Islam melarang

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid., 384.

menjual barang yang haram karena tidak akan mendapatkan berkah dari jual beli.⁴⁰

Larangan mengambil riba, riba dalam segala jenisnya yang mengambil kelebihan dari keuntungan yang tidak sah atau selisih dari pertukaran komoditi yang berbeda takaran dan jenisnya diharamkan dalam Islam. Larangan menawar barang yang sedang ditawarkan, ketika suatu barang yang telah disepakati harganya antara penjual dan pembeli yang pertama tiba-tiba data pembeli yang kedua menawar kepada penjual agar barang tersebut diberikan kepada pembeli kedua. Larangan berjualan ketika dikumandangkan adzan Jum'at, larangan ini memberikan batasan ketika telah dikumandangkan adzan Jum'at haruslah perniagaan dihentikan untuk menghargai masuknya ibadah Jum'at.⁴¹

B. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Dasar hukum etika bisnis Islam terdapat dalam beberapa ayat Al-Qur'an, di antaranya yaitu:

1. An-Nisā' ayat 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Ibid., 385.

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan *bathil*, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁴²

2. Ash-Shaff ayat 10

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَذُكُمَّر عَلَىٰ تَجْرَةٍ تُنَجِّيكُمْ مِّنْ عَذَابِ أَلِيمٍ ﴿١٠﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, sukaah akan tunjukan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari adzab yang pedih.⁴³

3. Al-Baqarah ayat 42

وَلَا تَلْسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْمُونَ ﴿٤٢﴾

Artinya: Dan janganlah kamu campur adukan yang hak dengan yang *bathil* dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui.⁴⁴

C. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

1. Prinsip Kesatuan (*Tauhid*)

Ini adalah konsep tauhid yang berarti semua aspek dalam hidup dan mati adalah satu baik aspek politik, ekonomi, sosial, maupun agama adalah berasal dari satu sistem nilai yang saling terintegrasi,

⁴² Departemen Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahnya (Semarang: PT. Tanjung Mas Inti, t.th.), 122.

⁴³ Ibid., 929.

⁴⁴ Ibid., 16.

terkait, dan konsisten. Tauhid adalah sistem yang harus dijalankan dalam mengelola kehidupan ini.⁴⁵

Sebagai sumber utama etika bisnis Islam karena mengandung kepercayaan tentang kesatuan atau keesaan Tuhan. Kepercayaan dan adanya Tuhan yang berkuasa atas segala sesuatu.⁴⁶

Kemudian dalam penerapan konsep tauhid ini, seorang pengusaha muslim tidak akan berbuat:

- 1) Diskriminatif terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapapun pemegang saham perusahaan atas dasar ras, jenis kelamin atau agama.
- 2) Dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis, karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah.
- 3) Menimbun kekayaan dengan penuh keserakahan karena konsep amanah sangat penting bagi seorang muslim dan semua harta hanya bersifat sementara maka harus digunakan dengan bijaksana.⁴⁷

Individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa diterapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau umur. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki

⁴⁵ Sofyan, *Etika Bisnis.*, 78.

⁴⁶ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004), 7.

⁴⁷ *Ibid.*, 33-34.

dan sinkronisasi pada setiap peranan muncul antara orang-orang dewasa, satu pihak, dan orang jompo atau remaja, di pihak lain, atau antara laki-laki dan perempuan.⁴⁸

Kapan saja ada perbedaan-perbedaan seperti ini maka hak-hak dan kewajiban-kewajiban mereka harus diatur sedemikian rupa sehingga tercipta keseimbangan. Islam tidak mengakui adanya kelas-kelas sosioekonomis sebagai sesetua yang bertentangan dengan prinsip persamaan maupun prinsip persaudaraan (*ukhuwwah*). Karena mematuhi ajaran-ajaran Islam dalam semua aspeknya, dianggap sebagai sarana untuk mendapat ridha Allah.⁴⁹

2. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.⁵⁰

⁴⁸ Faisal Badroen, *Etika Bisnis*, 90.

⁴⁹ *Ibid.*, 90.

⁵⁰ *Ibid.*, 91.

Konsep keseimbangan juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat harus diterapkan oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menetapkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.⁵¹

Islam sangat mengajarkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun kadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang lain selalu dikurangi. Al-qur'ān memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Seperti dalam Al-qur'ān Surat al-Isra' ayat 35, yang berbunyi:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ بِالْقَيْسِطِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ

وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

⁵¹ Rafik Beekun, *Etika Bisnis*, 37.

Artinya: Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.⁵²

Dari ayat Al-Qur'an di atas dapat diketahui bahwa Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus mendahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan.⁵³

Konsep *equilibrium* juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat harus diusung oleh pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.⁵⁴

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan berarti, bahwa manusia sebagai individu dan kolektif, punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam. Masalah ekonomi termasuk pada aspek muamalah, bukan

⁵² Departemen Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahnya, 35.

⁵³ Faisal Badroen, *Etika Bisnis.*, 92.

⁵⁴ *Ibid.*, 92.

ibadah, maka berlaku padanya kaidah umum, “semua boleh kecuali yang dilarang”, yaitu ketidakadilan dan riba.⁵⁵

Kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak ada batasan pendapat bagiseseorang mendorong untuk manusia aktif berkarya dan bekerja dengan segala profesi yang dimilikinya. Keseimbangan antara kepentingan individu dan kolektif inilah menjadi pendorong bagi bergeraknya roda perekonomian tanpa merusak sistem sosial yang ada.⁵⁶

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalani.⁵⁷

Sekali ia memilih menjadi seorang Muslim, ia harus tunduk kepada Allah SWT. Ia menjadi umat secara keseluruhan, dan

⁵⁵ Veithzal, *Islamic Bussiness and Economic Ethics*, 39.

⁵⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis.*, 95.

⁵⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 55-56.

menyadari kedudukannya sebagai wakil Allah SWT di muka bumi. Ia setuju untuk berperilaku berdasarkan aturan-aturan yang telah ditetapkan Allah SWT demi kehidupan pribadi maupun kehidupan sosialnya. Sekarang, “seluruh kehidupannya telah diserahkan sepenuhnya kepada Allah SWT, dan tidak ada konflik dalam dirinya sendiri”. Konsep kehendak bebas berkedudukan sejajar dengan konsep kesatuan dan keseimbangan.⁵⁸

4. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Bertanggung jawab adalah perbuatan yang menjunjung tinggi etika dan moral. Bagi para pebisnis sikap yang paling mendasar dalam pebisnis adalah tanggung jawab. Seorang pebisnis harus memikul tanggung jawab atas tindakannya sendiri karena setiap seseorang bertanggung jawab atas apa yang diperbuatnya. Bertanggung jawab kepada dirinya sendiri, kepada pemberi amanah, kepada pelanggan serta tanggung jawab kepada konsumen.⁵⁹

Prinsip tanggungjawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran agama Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi bagi para produsen dan *costumer* dalam dunia industri. Penerimaan pada prinsip tanggungjawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tidak ada satu carapun bagi seseorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan Allah dan melakukan

⁵⁸ Ibid., 56.

⁵⁹ Malayu Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara),

perbuatan-perbuatan yang baik (amal saleh). Islam sama sekali tidak mengenal konsep dosa warisan, dan karena itu tidak ada seorang pun bertanggungjawab atas kesalahan-kesalahan orang lain.⁶⁰

Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Tidak ada perantara sama sekali. Nabi Muhammad SAW sendiri hanyalah seorang utusan (Rasul) atau kendaraan untuk melewati petunjuk Allah yang diwahyukan untuk kepentingan umat manusia. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorang pun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan Sunnah) untuk kepentingan sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggungjawabnya kepada Allah.⁶¹

Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal dihari kiamat kelak. Tanggung jawab muslim yang sempurna ini tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya.

⁶⁰ Faisal, *Etika Bisnis dalam Islam.*, 100.

⁶¹ *Ibid.*, 101.

5. Kebajikan

Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kebajikan (kesukarelaan) dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Peraudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang salinh menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun.⁶²

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar meliputi proses transaksi, proses mencari atau memperoleh komoditas penganmbangan maupun dalam proses menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.⁶³

Penerepan konsep kebajikan dalam etika bisnis menurut Al-Ghazali, terdapat enab bentuk kebajikan:

1. Jika seseorang membutuhkan sesuatu, maka orang lain memberikannya, dengan mengambil keuntungan yang sedikit mungkin. Jika sang pemberi melupakan keuntungannya, maka hal tersebut akan lebih baik baginya.

⁶² Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 19.

⁶³ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 46.

2. Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik baginya untuk kehilangan sedikit uang dengan membayar lebih dari harga yang sebenarnya. Tindakan seperti ini akan memberikan akibat yang mulia, dan tindakan yang sebaliknya cenderung akan memberikan hasil yang juga berlawanan. Bukan suatu hal yang patut dipuji untuk membayar orang kaya lebih dari apa yang harus diterima mana kala ia dikenal sebagai orang yang sula mencari keuntungan yang tinggi.
3. Dalam mengabdikan hak pembayaran dan pinjaman, seseorang harus bertindak secara bijaksana dengan memberi waktu yang lebih banyak kepada sang peminjam untuk membayar hutangnya, dan jika diperlukan, seseorang harus membuat pengurangan pinjaman untuk meringankan beban sang peminjam.
4. Sudah sepantasnya bahwa mereka yang ingin mengembalikan barang-barang yang telah dibeli seharusnya diperbolehkan untuk melakukannya demi kebajikan.
5. Merupakan tindakan yang sangat baik bagi sang peminjam jika mereka membayar hutangnya tanpa harus diminta, dan jika mungkin jauh-jauh hari sebelum jatuh waktu pembayaran.

6. Ketika menjual barang secara kredit seseorang harus cukup bermurah hati, tidak memaksa membayar ketika orang tidak mampu membayar dalam waktu yang telah ditetapkan.⁶⁴



⁶⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 68.

BAB III

GAMBARAN UMUM JUAL BELI ONLINE DI NOVI SHOP

A. Praktik Penggunaan Merek di Novi Shop

1. Gambaran Umum Jual Beli Online Di Novi Shop

Di era teknologi yang sudah berkembang ini, banyak bermunculan pelaku usaha yang menggunakan kemajuan teknologi tersebut untuk media mereka berdagang. Salah satu yang dapat kita temukan di sekitar kita adalah bisnis online shop, salah satunya yaitu Novi Shop. Novi Shop merupakan pelaku usaha jual beli online yang menjual berbagai jenis barang, seperti sandal, sepatu, baju, jaket, tas, dan berbagai produk yang sedang marak di masyarakat.

Barang yang dijual di Novi Shop berasal dari beberapa kota seperti Bandung, Bogor, Jakarta Selatan dan Surakarta. Novi Shop akan mengupload barang yang didapatnya dari *private* ataupun *grup chatting* jual beli yang dibuat oleh penjual dari kota lain.

Novi Shop menggunakan media online berupa *facebook* dan *grup chatting* untuk menjual barangnya. Pihak Novi Shop menggunakan beberapa strategi untuk menjual barangnya, seperti mengupload berulang kali gambar barang-barang yang dijualnya, mengupload barang yang kira-kira dibutuhkan oleh konsumen dan juga mengupload barang yang sedang *trend* dikalangan masyarakat.

Alasan yang melatarbelakangi Novi Shop menjual barang imitasi atau tiruan bukan lain adalah mencari keuntungan. Menurutnya barang

yang sedang diminati dan dicari-cari oleh pembeli merupakan barang yang ia jual dengan harga yang murah dan sesuai dengan kantong pembelinya. Sesuai dengan yang Novi Shop katakan ketika wawancara:

*“Saya ingin dapat pendapatan untuk kebutuhan sehari-hari. Saya pikir jual beli online itu mudah dan tidak perlu modal yang besar. Untung yang saya dapat pun lumayan jika penjualan sedang laris. Jaman sekarang juga banyak yang cari produk dengan harga yang murah dan ingin yang ada mereknya. Kalau merek asli kan pasti mahal ya. Ya intinya saya jual produk yang lagi trend, yang lagi dicari-cari sama pembeli dan dapat untung dari itu”.*⁶⁵

Dari beberapa barang yang ditawarkan oleh pihak Novi Shop, di antaranya merupakan produk imitasi atau palsu. Dari hasil wawancara dengan Novi Shop memaparkan bahwa pihaknya mengetahui bahwa sebagian barang yang dijualnya adalah barang imitasi atau tiruan. Seperti yang dikatakan oleh pihak Novi Shop:

*“Saya tahu kalau barang yang saya jual sebagian adalah barang imitasi. Saya tidak tahu barang yang saya jual diproduksi oleh pihak mana, saya hanya ambil dari grup reseller saya. Yang saya tahu bahwa kualitas dan harganya lebih rendah dari produk yang asli.”*⁶⁶

⁶⁵ Novi Meri, *Hasil Wawancara*, Magetan, 31 Januari 2020.

⁶⁶ Novi Meri, *Hasil Wawancara*, Magetan, 31 Januari 2020.

Selain itu pihaknya tidak mengetahui apakah sudah memperoleh izin atau tidak. Sebab pihaknya memperoleh barang dari penjual lain yang berada di kota besar. Seperti yang dituturkan oleh Novi Shop:

“Saya tidak tahu mbak sudah dapat izin atau belum, karena saya hanya dapat gambar barang yang diupload di grup chatting yang saya ikuti dan saya upload kembali ke facebook dan grup chatting saya.”⁶⁷

Novi Shop melakukan kegiatan jual beli produk imitasi atau tiruan dengan tanpa mengetahui bahwa kegiatan jual belinya tidak sesuai dengan prinsip-prinsip yang ada pada etika bisnis Islam dan peraturan perundang-undangan. Menurutnya karena banyak penjual-penjual online lain yang menjual barang imitasi atau tiruandan tidak terjadi apa-apa, maka pihaknya ikut-ikutan menjual barang imitasi atau tiruan. Seperti yang dikatakan pihak Novi Shop:

“Saya tidak tahu mbak soalnya banyak yang jadi penjual online dan nggak ada apa-apa pas mereka jual produk kw. Jadi saya ikut-ikutan jual produk yang diminati pembeli. Entah produk asli atau kw yang penting harga masih sesuai kantong pembeli”⁶⁸

Sementara itu dari wawancara dengan para konsumen, menurut salah satu konsumen, Evi menyatakan bahwa ia tahu bahwa barang yang dibelinya imitasi atau tiruan karena harganya yang murah. Namun karena ia tertarik dengan gambar yang diupload oleh pihak

⁶⁷ Novi Meri, *Hasil Wawancara*, Magetan, 31 Januari 2020.

⁶⁸ Novi Meri, *Hasil Wawancara*, Magetan, 31 Januari 2020.

Novi Shop, ia merasa tidak apa-apa membeli barang imitasi atau tiruan. Evi mengatakan:

*“Saya memesan celana di Novi Shop, barang yang saya terima memiliki kualitas yang baik sesuai dengan yang saya perkirakan, namun ketika barang saya terima terdapat cacat berupa salah satu kantong celana bolong. Dari pihak Novi Shop tidak ada pergantian karena memang tidak dapat ditukar”.*⁶⁹

Namun dari penelusuran penulis, pihak Novi Shop tidak memberitahukan bahwa barang yang dijualnya imitasi atau tiruan. Seperti yang dikatakan oleh Desy:

*“Saya tidak tahu mbak barang yang saya beli asli atau imitasi, yang saya tahu adalah kualitas dari bahannya kurang baik dan harganya sangat murah.”*⁷⁰

2. Produk Yang Dijual

| NO | JENIS | MEREK | HARGA |
|----|---------------------|------------------------|--------|
| 1 | Tas | Ruby Love Off White | 62.000 |
| 2 | Tas ransel | Chikoisme | 65.000 |
| 3 | Tas tote bag | Superan | 60.000 |
| 4 | Tas selempang | Melinda | 57.000 |
| 5 | Tas ransel backpack | HIYA | 65.000 |

⁶⁹ Evi, *Hasil Wawancara*, Magetan, 1 Februari 2020.

⁷⁰ Desy, *Hasil Wawancara*, Magetan, 1 Februari 2020.

| | | | |
|-----|---------------|-----------------|---------------------|
| 6 | Tote backpack | Harajuku Simpel | 62.000 |
| 7 | Tas selempang | Evas Street | 62.000 |
| 8 | Tas ransel | Dallas HIYA | 70.000 |
| 9 | Jam magnet | DIOR | 35.000 |
| 10 | Jam wanita | Babay-C Analog | 40.000 |
| 11 | Headseat | Fleco | 22.000 |
| 12 | Sepatu | Converse | 85.000 |
| 13 | Jaket | 3 Second | 250.000 |
| 14 | Tas | Chanel | 75.000-115.000 |
| 15 | Tas | Gucci | 70.000-120.000 |
| 16 | Sepatu | Nike | 85.000-140.000 |
| 17 | Sepatu | Adidas | 80.000-120.000 |
| 18 | Tas ransel | Nike | 50.000-70.000 |
| 19 | Jaket | Nevada | 120.000- 200.000 |
| 20 | Sweater | | 90.000-160.000 |
| 21 | Sepatu | | 150.000- 200.000 |
| 22 | Sandal | | 90.000 |
| 23. | Flatshoes | | 130.000- 200.000 |
| 24 | Baju | | 100.000- |

| | | | |
|----|---------------|--------------------|---------------------|
| | | | 150.000 |
| 25 | Celana | Zara | 35.000 |
| 26 | Sweater | American Jeans | 200.000 |
| 27 | Kaos | Fenomenal | 90.000 |
| 28 | Botol minuman | My Bottle | 20.000 |
| 29 | Tas | Yves Saint Laurent | 75.000-120.000 |
| 30 | Sepatu | Fila | 100.000- 120.000 |

3. Prosedur Pembelian Barang

Prosedur pembelian barang di Novi Shop sama seperti penjual online yang lain. secara singkat dapat di sebutkan sebagai tersebut:

1. Novi Shop mengupload berbagai barang di *facebook* maupun *grup chatting*.
2. Konsumen yang tertarik akan memesan barang yang diinginkan.
3. Konsumen mengirim pesan pribadi kepada Novi Shop melalui WhatsApp.
4. Konsumen mengirimkan uang kepada Novi Shop, sudah termasuk ongkos kirim.

5. Novi Shop mengirimkan barang ke alamat konsumen melalui jasa pengiriman, bisa juga bertemu langsung untuk konsumen dengan wilayah terjangkau.⁷¹

Dari prosedur di atas bisa diperjelas bahwa konsumen mengetahui barang yang diupload dan tertarik maka konsumen akan mengirim pesan pribadi kepada pihak Novi Shop bahwa mereka tertarik dengan barang yang diupload. Ketika sudah ada kesepakatan antar konsumen dengan pihak Novi Shop maka Novi Shop akan mengirim barang ke alamat konsumen atau dengan memberikan langsung kepada pelanggan dengan cara bertemu langsung.

B. Hak-Hak Konsumen di Novi Shop

Hak-hak yang dimiliki konsumen, yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam konsumsi barang dan/atau jasa.

Dalam melakukan transaksi jual beli, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa merupakan hal yang penting, terlebih lagi dalam transaksi jual beli melalui internet.

Kenyamanan pembeli dapat diperoleh dengan kepraktisan dalam melakukan transaksi. Di Novi Shop pembeli dapat dengan mudah memilih barang yang akan dibelinya dengan mengakses *facebook* bagi member maupun non member dan melalui *grup chatting* bagi mereka yang tergabung dalam member.

⁷¹ Novi Meri, *Hasil Wawancara*, Magetan, 31 Januari 2020.

Terkait hak atas keamanan, konsumen diberikan pilihan cara pembayaran melalui transfer ke nomor rekening yang diberitahukan oleh pihak Novi Shop ketika melakukan transaksi. Pembayaran melalui transfer dijamin keamanannya, karena nomor rekening resmi milik Novi Shop bukan merupakan nomor rekening fiktif. Seperti yang dikatakan oleh Novi:

“Pembeli yang akan membeli produk saya, akan saya beri nomor rekening saya. Jadi uang akan saya terima langsung, jadi saya jamin keamanannya.”⁷²

2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Dalam transaksi jual beli melalui internet, konsumen melakukan pemilihan barang dengan mengakses *facebook* dan juga *grup chatting* yang disediakan oleh Novi Shop. Konsumen dapat memilih barang yang telah diupload.

Terkait dengan penerimaan barang kepada konsumen, berdasarkan wawancara dengan saudari Novi (pemilik Novi Shop), tidak pernah ada barang yang cacat dan juga barang berkualitas baik.

Sedangkan berdasarkan wawancara dengan empat responden Novi Shop, mereka memiliki pendapat yang berbeda sesuai dengan barang yang mereka terima. Barang yang diterima terdapat cacat berupa

⁷² Novi Meri, *Hasil Wawancara*, Magetan, 31 Januari 2020.

kantong celana yang bolong dan tidak ada penggantian dari pihak Novi Shop. Hal ini seperti diungkapkan salah satu konsumen, Evi yaitu:

*“Saya memesan celana di Novi Shop, barang yang saya terima memiliki kualitas baik sesuai yang saya perkirakan, namun ketika barang saya terima terdapat cacat berupa salah satu kantong celana yang bolong. Dari pihak Novi Shop tidak ada pergantian karena memang barang tidak dapat ditukar.”*⁷³

Mengenai kualitas barang yang diterima konsumen ada beberapa konsumen yang menyatakan bahwa barang yang diterimanya tidak sesuai dengan gambar yang diupload oleh pihak Novi Shop, hal ini seperti diungkapkan oleh Novita yaitu:

*“Saya membeli sepatu adidas di Novi Shop, ketika barang yang saya beli datang, barang tidak sesuai dengan gambar yang diupload. Kualitasnya kurang bagus. jika dipakai kurang nyaman.”*⁷⁴

Selain itu juga ada barang dengan kualitas yang baik, sesuai dengan perkiraan konsumen. Hal ini sesuai ungkapan Rizki yaitu:

*“Saya membeli sebuah tas Yves Saint Lurent di Novi Shop, kualitas barang cukup baik mengingat harganya yang murah. Barang tidak ada kecacatan.”*⁷⁵

3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

⁷³ Evi, *Hasil Wawancara*, Magetan, 1 Februari 2020.

⁷⁴ Novita, *Hasil Wawancara*, Magetan, 1 Februari 2020.

⁷⁵ Rizki, *Hasil Wawancara*, Magetan, 1 Februari 2020.

Sebagai pelaku usaha sudah seharusnya bertindak benar, jelas, dan jujur dalam hal penginformasian kondisi barang kepada konsumen. Misalnya saya informasi kondisi barang, apakah barang tersebut asli (*original*) atau barang tersebut berupa barang imitasi atau tiruan. Barang imitasi atau tiruan diartikan bahwa baik bentuk, warna, ukuran barang tersebut mirip dengan aslinya, akan tetapi kualitas bahan dan harga jual di bawah barang yang asli.

Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur tersebut nantinya juga akan mempengaruhi konsumen dalam pemilihan barang. Dengan bersikap jujur kepada konsumen, maka konsumen akan memiliki kepercayaan kepada penjual.

Dalam hal ini, pihak Novi Shop belum memenuhi hak konsumen atas informasi yang jelas. Beberapa gambar barang yang diuploadnya di *facebook* maupun di *grup chatting* hanya mencantumkan nama dan nomor WhatsApp yang bisa dihubungi tanpa adanya kejelasan secara merinci tentang bahan, kualitas, warna maupun harga barang. Begitu juga di *grup chatting*, Novi Shop hanya mencantumkan nama dan harga tanpa rincian yang lainnya. Novi Shop juga tidak menyebutkan bahwa barang tersebut asli (*original*) atau berupa imitasi atau tiruan. Hal ini seperti yang dituturkan oleh Novi Shop:

“Saya tidak menyebutkan detail barang maupun barang tersebut asli atau imitasi. Saya hanya menyebutkan nama barang, warna, dan harga. Jika pembeli mau tahu kejelasan barang bisa chat ke nomor

WA saya. Kadang saya cuma menyebutkan nama dan warna, atau harga saja. Ya pokoknya sesuai sama yang saya dapat *dari grup reseller.*”⁷⁶

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

Seperti yang sudah dibahas di atas, bahwa konsumen belum memperoleh informasi yang lengkap terkait kondisi barang yang akan dibelinya. Selain informasi yang belum lengkap, konsumen hanya melihat barang melalui gambar yang diupload oleh Novi Shop. Hal ini menyebabkan barang yang diterima konsumen terkadang terdapat cacat ataupun kualitas barang yang tidak sesuai dengan gambar yang diupload oleh pihak Novi Shop.

Novi Shop dengan pribadi menanyakan kepada konsumen yang telah membeli barang kepadanya dengan mengirim pesan melalui WhatsApp, bertujuan untuk menanyakan apakah barang sudah datang dan kondisi barang yang diterima oleh konsumen. jika terdapat cacat ataupun kualitas yang rendah tidak sesuai gambar, pihak Novi Shop akan meminta maaf tanpa. Seperti yang dikatakan oleh pihak Novi shop:

“Biasanya saya akan kirim chat ke pembeli, tanya apakah barang sudah sampai atau belum, dan juga tanya komentar tentang barang

⁷⁶ Novi Meri, *Hasil Wawancara*, Magetan, 31 januari 2020.

yang dibeli untuk testimoni. Jika ada barang yang rusak *atau cacat tidak ada ganti rugi. Saya hanya minta maaf.*⁷⁷

5. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Yang dimaksud diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur di sini adalah penjual memberikan perlakuan atau pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga konsumen dapat merasakan kenyamanan dalam berbelanja barang.

Dalam hal pelayanan, pihak Novi Shop berusaha untuk memberikan pelayanan secara benar dan tidak diskriminatif baik kepada member maupun non member. Kedua konsumen tersebut (member maupun non member) diberikan kebebasan untuk memilih barang serta mendapat pelayanan yang sama. Novi Shop menyatakan bahwa:

*“Barang yang saya upload di facebook dan WA semua sama. Jadi pembeli bisa memilih sesuka hati. Cuma bedanya kalau pembeli di facebook ada pertanyaan kirim chat ke WA saya, kalau untuk yang masuk grup bisa tanya langsung di grup.”*⁷⁸

6. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

⁷⁷ Novi Meri, *Hasil Wawancara*, Magetan, 31 januari 2020.

⁷⁸ Novi Meri, *Hasil Wawancara*, Magetan, 31 januari 2020.

Berdasar wawancara dengan pihak Novi Shop, bahwa selama ini barang yang diterima oleh konsumen tidak pernah tertukar dengan barang konsumen yang lainnya. Barang yang dikirim sesuai dengan alamat yang disebutkan oleh kosumen. Hal ini dinyatakan oleh pihak Novi Shop, bahwa:

*“Barang yang saya kirim tidak pernah tertukar dengan barang milik pembeli yang lain. Sebelum saya bawa ke jasa pengiriman, barang akan saya cek dulu.”*⁷⁹

Sedangkan dalam hal barang yang cacat, pihak Novi Shop tidak memberlakukan ganti rugi atau pergantian barang. Sesuai dengan kebanyakan online shop yang ada, barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan walaupun ada kecacatan ataupun tidak sesuai dengan gambar yang diupload. Maka dari itu, konsumen diberikan kebebasan memilih barang yang akan mereka beli. Sesuai dengan yang dikatakan pihaknya, bahwa:

*“Kalau barangnya cacat saya tidak ada ganti rugi atau pergantian barang mbak, karena barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan atau ditukar.”*⁸⁰

⁷⁹ Novi Meri, *Hasil Wawancara*, Magetan, 31 januari 2020.

⁸⁰ Novi Meri, *Hasil Wawancara*, Magetan, 31 januari 2020.

BAB IV

ANALISIS TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP

JUAL BELI ONLINE DI NOVI SHOP

A. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Penggunaan Merek Di Novi Shop

Praktik jual beli produk tiruan atau imitasi di Novi Shop merupakan salah satu contoh penerapan hak atas merek. Dimana objek jual belinya merupakan merek dagang yang sudah terkenal di masyarakat. Namun barang yang dijual di Novi Shop merupakan barang tiruan atau imitasi dengan logo atau merek tiruan bukan asli.

Islam telah memberi arahan mengenai bisnis yaitu harus terlepas dari riba, unsur ketidakpastian, penipuan dan unsur ketidakadilan serta harus berlaku jujur terhadap pembeli atas barang yang diperjual belikan dan tidak berlebih-lebihan mengambil keuntungan. Serta terlepas dari perilaku yang dilarang dalam etika berbisnis secara Islami.

Dari permasalahan ini penulis akan menganalisis dengan prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam. Prinsip-prinsip etika Bisnis Islam ada empat prinsip, yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan/ kesejajaran (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan tanggung jawab (*responsibility*).

1. Ditinjau dari segi ketuhanan (tauhid)

Dalam Islam ketuhanan/tauhid merupakan landasan yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim untuk menjalankan fungsi kehidupannya yang selalu pada keridhoan Allah

sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Maka dari itu sebagai pelaku bisnis seharusnya tidak menyepelekan kewajibannya kepada Allah SWT.

Menurut Djakfar bahwa tauhid adalah hubungan vertikal antara manusia dengan Allah SAW yang merupakan wujud penyerahan diri secara penuh tanpa syarat, menjadikan keinginan dan ambisi untuk tunduk pada perintahnya.⁸¹ Pernyataan ini sesuai dengan firman Allah SWT berikut ini:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

Artinya: Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. (Q.S. Al-An'am ayat 162)

Hubungan antara konsep tauhid dengan etika bisnis Islam adalah ketika hamba Allah sudah patuh dan juga tertib dalam menjalankan perintahnya maka juga akan tertib dalam urusan duniawi, misalnya dalam hal berbisnis. Tertib dalam cara berbisnisnya maupun produk atau barang yang dijualnya.

Berdasar prinsip ini, maka Novi Shop tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam karena dalam prinsip ketauhidan ini semakin seseorang mendekati diri kepada Allah maka ia selalu merasa diawasi oleh Allah, sehingga kecil kemungkinan untuk berbuat kecurangan ataupun kebohongan didalam bisnisnya, sedangkan Novi Shop menjual barang imitasi atau tiruan dari produk milik orang lain tanpa seizin pemilik dan tanpa pemberitahuan kepada pembelinya.

⁸¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 24.

2. Ditinjau dari segi keseimbangan/ kesejajaran (*equilibrium*)

Keseimbangan atau disebut juga '*adl*', menggambarkan suatu dimensi horizontal di dalam ajaran Islam dan berkaitan erat dengan harmoni tentang segala sesuatu yang ada di alam semesta ini.⁸²

Di dalam ruang lingkup ekonomi, konsep keseimbangan ini sangat menentukan konfigurasi aktivitas distribusi, konsumsi, serta produksi dengan kualitas yang terbaik. Dengan demikian agama Islam menuntut keseimbangan atau keadilan antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain.⁸³

Berbicara tentang etika bisnis, maka harus merujuk pada prinsip-prinsip ekonomi Islam. Islam menetapkan prinsip-prinsip perekonomian, antara lain sebagai berikut:

- a. Islam menentukan berbagai macam kerja halal dan haram, kerja yang halal saja yang dipandang sah.
- b. Kerjasama kemanusiaan yang bersifat gotong royong dalam usaha memenuhi kebutuhan harus ditegakkan.
- c. Nilai keadilan dalam kerjasama kemanusiaan ditegakkan.⁸⁴

Islam menetapkan nilai atau etika yang harus dipatuhi dalam kegiatan bisnis. Salah satunya adalah etika atau moral. Kegiatan jual beli yang dilakukan oleh Novi Shop dengan menjual barang imitasi atau

⁸² Muhammad, *Etika Bisnis*, 55.

⁸³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, 24.

⁸⁴ Yudha Nur Imaron, Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Pengelolaan Bisnis Warung Kopi, 52-53.

tiruan tanpa izin dari pemilik aslinya adalah perbuatan yang bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu keadilan.

Sebagai sesama pedagang dilarang untuk saling mencurangi. Seperti halnya yang dilakukan oleh Novi Shop yang menjual barang imitasi atau tiruan dari produk milik pedagang lain, hal ini dapat merugikan salah satu pihak ketika tidak adanya izin untuk melakukan hal tersebut. Hal ini juga merupakan tindakan yang mengesampingkan keadilan diantara keduanya, karena tidak adanya keridhaan dan kerelaan dari pemilik merek yang asli. Dengan ini, pihak Novi Shop tidak sesuai dengan prinsip keseimbangan.

3. Ditinjau dari segi kehendak bebas (*free will*)

Kebebasan berarti, bahwa manusia sebagai individu dan kolektif, punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis.⁸⁵ Kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif.⁸⁶

Muhammad Djakfar mengatakan bahwa dalam situasi apapun manusia tanpa sadar sesungguhnya telah dibimbing oleh aturan-aturan yang didasarkan kepada ketentuan Allah SWT di dalam syariat-Nya yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Kaitannya dengan bisnis, namun tetap harus sesuai dengan prinsip dan nilai syariat yang telah ditetapkan.⁸⁷

⁸⁵ Veithzal, *Islamic Bussiness and Economic*, 39.

⁸⁶ Faisal, *Etika Bisnis dalam Islam*, 95.

⁸⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, 25.

Berdasar uraian di atas, pihak Novi Shop memang memiliki kebebasan untuk melakukan bisnis sesuai dengan yang dikehendaknya, namun pihak Novi Shop tidak memenuhi kriteria bahwa kebebasan itu juga harus berlandaskan syariat Islam dan tidak merugikan orang lain. Dengan ini maka Novi Shop belum sesuai dengan prinsip etika kehendak bebas dalam hal jual beli barang imitasi atau tiruan yang dilakukan oleh pihaknya.

4. Ditinjau dari segi tanggung jawab (*responsibility*)

Bertanggung jawab adalah perbuatan yang menjunjung tinggi etika dan moral. tanggung jawab terkait erat dengan tanggung jawab atas segala aktivitas yang dilakukan kepada Allah SWT dan juga tanggung jawab kepada manusia sebagai masyarakat. Karena manusia tidak hidup sendiri, dia tidak lepas dari hukum yang dibuat oleh manusia itu sendiri sebagai komunitas sosial.

Berdasar uraian di atas, Novi Shop tidak sesuai dengan prinsip tanggung jawab karena Novi Shop tidak mengetahui bahwa menjual barang imitasi atau tiruan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan juga pihak Novi Shop tidak mengindahkan pertanggung jawabannya kepada Allah SWT.

5. Ditinjau dari segi kebajikan

Kebaikan (*ihsan*) atau kebaikan terhadap orang lain mendefinisikan sebagai “tindakan yang menguntungkan orang lain lebih dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa

kewajiban apapun”.⁸⁸ Melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat.⁸⁹

Proses jual beli produk imitasi di Novi Shop tidak sesuai dengan prinsip kebajikan. Sebab Novi Shop tidak melakukan kebenaran dan kejujuran dalam bertransaksi. Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berdagang dengan menggunakan etika yang sesuai dengan ajaran Islam. Tidak memberikan informasi secara benar mengenai barang yang dijual kepada pembeli merupakan perbuatan yang dzalim. Padahal pembeli memiliki hak mendapatkan informasi secara benar terhadap barang yang dibelinya.

B. Analisis Hukum Jual Beli Terhadap Hak Konsumen Dalam Etika Bisnis Islam Di Novi Shop

Hak-hak konsumen yang diterima konsumen di Novi shop jika ditinjau dari segi prinsip-prinsip etika bisnisnya, yaitu:

1. Ditinjau dari segi kesatuan (tauhid)

Konsep tauhid yang berarti semua aspek dalam hidup dan mati adalah satu baik aspek politik, ekonomi, sosial, maupun agama adalah berasal dari satu sistem nilai yang saling terkait dan konsisten. Sebagai sumber utama etika bisnis Islam karena mengandung kepercayaan

⁸⁸ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 43.

⁸⁹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 100-102.

tentang kesatuan atau keesaan Tuhan. Kepercayaan dan adanya Tuhan yang berkuasa atas segala sesuatu.

Berdasar prinsip ini maka pengusaha dalam menjalankan bisnisnya tidak akan melakukan tiga hal. *Pertama* berbuat diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapapun atas dasar ras, warna kulit, jenis kelamin, ataupun agama. *Kedua*, dapat dipaksa berbuat tidak etis, karena ia hanya akan takut dan cinta kepada Allah SWT. *Ketiga* menimbun kekayaan dengan penuh keserakahan karena konsep amanah sangat penting bagi seorang muslim dan semua harta hanya bersifat sementara maka harus digunakan dengan bijaksana.

Berdasar uraian diatas proses jual beli yang terjadi di Novi Shop kepada penjual yang belum mengetahui barang tersebut tiruan atau imitasi tidak sesuai prinsip kesatuan karena tidak memberikan keterangan secara benar dan jelas. Sedangkan untuk pembeli yang mengetahui barang tersebut merupakan barang tiruan atau imitasi maka tidak melanggar kesatuan karena pihak pembeli sudah mengetahui dan tidak merasa dirugikan.

2. Ditinjau dari segi keseimbangan/ kesejajaran (*equilibrium*)

Dalam Islam keadilan sebagai prinsip yang menunjukkan kejujuran, keseimbangan, kesederhanaan, dan keterusterangan yang merupakan nilai-nilai moral yang ditekankan dalam Al-Qur'an.

Dalam hal ini pihak Novi Shop dalam menjalankan transaksi jual belinya memperlakukan konsumennya sudah cukup adil, seperti dalam

proses transaksi pihak Novi Shop tidak menawarkan barang dengan harga berbeda kepada pembeli, prinsip keadilan menuntut setiap manusia diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional, objektif, dan dapat dipertanggung jawabkan. Dengan ini, Novi Shop sesuai dengan prinsip keseimbangan.

3. Ditinjau dari segi kehendak bebas (*free will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam. Kehendak bebas berarti kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar, sesuai dengan parameter ciptaan Allah SWT.

Dalam hal ini pihak Novi Shop bebas menentukan barang apa yang akan dijualnya, dan pihaknya tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produk yang dijualnya. Sehingga kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif, dan kepentingan individu dibuka lebar. Manusia dianugerahi kehendak bebas untuk memberi arahan dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai khalifah di muka bumi.

Berdasarkan prinsip kehendak bebas manusia di dalam bisnisnya mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk untuk menepati atau mengingkarinya. Dalam perjanjian manusia harus memenuhi semua janji-janjinya. Janji kepada Allah SWT ataupun yang dibuat kepada sesama dalam kehidupan.

Berdasar uraian di atas pihak Novi Shop sudah sesuai dengan prinsip kehendak bebas dalam hak konsumen karena tidak memaksa

pembeli membeli barang yang dijualnya dan membebaskan untuk memilih sendiri tanpa adanya paksaan.

4. Ditinjau dari segi tanggung jawab (*responsibility*)

Dalam dunia bisnis, pertanggung jawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah SWT) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat. Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamati perilakunya dan akan mempertanggung jawabkan semua perbuatannya kepada Allah di akhirat kelak. Sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Untuk memenuhi keadilan dan kehendak bebas maka perlu adanya pertanggung jawaban dalam tindakannya. Sebagaimana dalam firman Allah Swt dalam QS. Al-Muddassir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya: Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.

Dalam ayat di atas Allah menegaskan bahwa setiap jiwa manusia tergadai di sisi Allah. Baik yang muslim maupun yang kafir, yang ingkar ataupun yang taat, semuanya tergantung kepada Allah. Tiap jiwa terikat dengan amal yang dikerjakan sampai hari kiamat.⁹⁰

Dalam uraian di atas, dalam melakukan kegiatan jual beli pihak Novi Shop kepada konsumen yang belum mengetahui bahwa barang tersebut imitasi atau tiruan tidak menerapkan prinsip etika bisnis Islam tanggung jawab. Pihak Novi Shop tidak bertanggung jawab atas apa yang

⁹⁰ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Tafsirnya, Edisi Yang Disempurnakan Lajnah Pentashihan Mushab Al-Qur'an, Jil. X (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), 431.

diperbuat, pihaknya tidak jujur mengatakan apa yang mereka jual. Selain itu, tidak adanya pertanggung jawaban atas barang yang cacat atau rusak.

5. Ditinjau dari segi kebajikan

Kebaikan terhadap orang lain mendefinisikan sebagai “tindakan yang menguntungkan orang lain lebih dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun”. Melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihatnya.

Dalam praktiknya pihak Novi Shop tidak sesuai dengan prinsip kebajikan, karena pihak Novi Shop tidak memberikan kejelasan mengenai barang yang dijualnya merupakan barang imitasi atau palsu, detail yang berkaitan dengan barang terkadang juga tidak dicantumkan pada gambar yang diuploadnya, serta barang yang datang terkadang terdapat kecacatan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

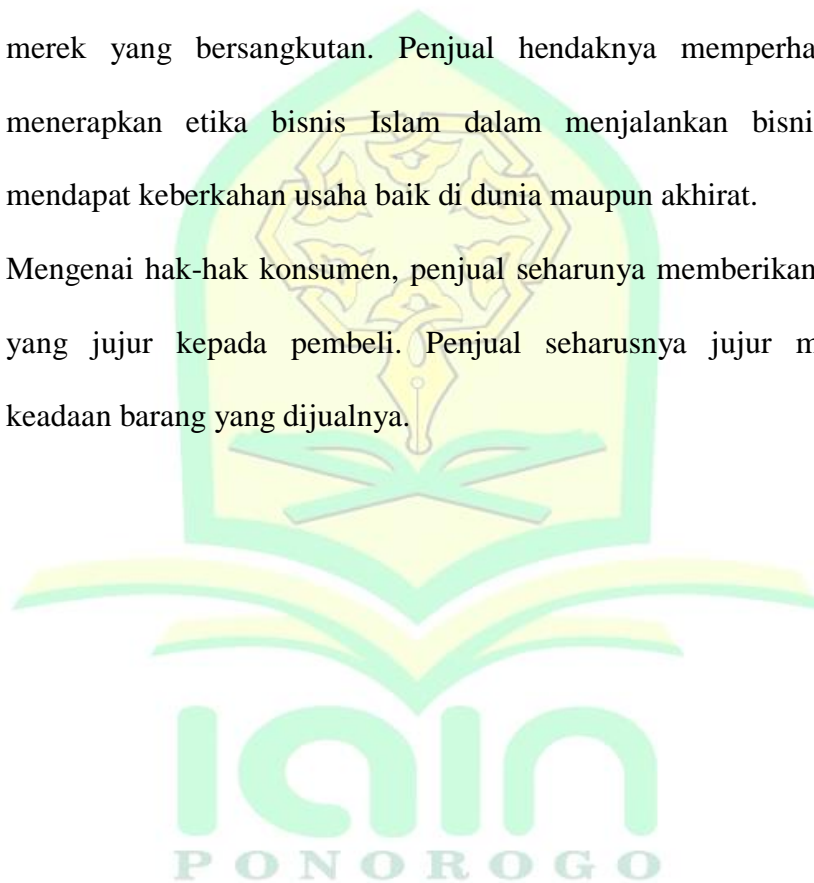
Berdasarkan pembahasan yang telah penulis kemukakan pada bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Menurut etika bisnis Islam, penggunaan merek pada jual beli online produk imitasi atau tiruan yang dilakukan oleh Novi Shop tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebajikan. Dan dalam kegiatan jual beli, pihak Novi Shop telah mendzalimi para pembeli dengan tidak mengatakan dengan jujur bahwa beberapa dari barang yang ia jual merupakan produk imitasi atau tiruan.
2. Menurut etika bisnis Islam, hak-hak konsumen pada jual beli online produk imitasi atau tiruan di Novi Shop tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis keseimbangan dan kehendak bebas. Hal ini dikarenakan konsumen diperlakukan sama tanpa adanya diskriminasi. Konsumen memiliki hak untuk memilih barang yang akan dibeli dengan tanpa adanya paksaan. Adapun dalam etika bisnis Islam hak-hak konsumen pada transaksi jual beli tersebut bertentangan dengan prinsip-prinsip kesatuan, tanggung jawab dan kebajikan. Hal ini karena, pihak Novi Shop tidak memberikan informasi bahwa barang yang dijualnya merupakan produk imitasi atau tiruan. Mereka hanya mengupload

gambar dengan nama tanpa adanya keterangan produk. Konsumen tidak mendapat ganti rugi apabila terdapat kecacatan atau kerusakan pada barang yang diterimanya.

B. Saran

1. Dalam transaksi jual beli produk imitasi atau tiruan, penjual sebaiknya tidak menjual produk imitasi atau tiruan dengan tanpa izin pemilik asli merek yang bersangkutan. Penjual hendaknya memperhatikan dan menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya agar mendapat keberkahan usaha baik di dunia maupun akhirat.
2. Mengenai hak-hak konsumen, penjual seharusnya memberikan informasi yang jujur kepada pembeli. Penjual seharusnya jujur mengatakan keadaan barang yang dijualnya.



DAFTAR PUSTAKA

Buku Rujukan

- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2006.
- Beekun, Rafik Issa. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Muamalah*. Ponorogo: STAIN PO Press, 2010.
- Departemen Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahnya. Semarang: PT. Tanjung Mas Inti, t.th.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Fathoni, Abdurrahman. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006.
- Harahap, Sofyan S. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Hasibuan, Malayu. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, Enang. *Fiqih Jual Beli Online*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Tafsirnya*. Edisi Yang Disempurnakan Lajnah Pentashihan Mushab Al-Qur'an, Jil. X. Jakarta: Lentera Abadi, 2010.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Muhammad dan Lukman Fauroni. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2002
- Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN Yogyakarta, 2004.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. *Islamic Economic*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2010.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

Sujarweni, Wiratna. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS, 2014.

Tanjung, Hendri dan Abrista Devi. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing, 2013.

Widi, Restu Kartiko. *Asas Metodologi Penelitian: Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah Demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islam*. Depok: Gema Insani, 2001.

Jurnal Ilmiah

Barus, Elida Elfi & Nuriani. "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)." *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 2, No 2 (2016).

Bintang, Dias & Mozes Reynaldo C. "Pemenuhan Hak Konsumen melalui Perlindungan Hak Merek." *Jurnal Suara Hukum* Vol. 2 No. 1 (2020)

Hulaimi, Ahmad, dkk. "Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi." *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol. 2, No 1 (2017).

Karya Ilmiah

Hidayani, Destia Rahma. "Jual Beli Barang Fashion Palsu Perspektif UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan Masalah (Studi Kota Kediri)." *Skripsi*. Malang: UIN Maulana Ibrahim Malang, 2016.

Nisrina, Disa Nusia. "Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Online dan Relevansinya terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2015.

Rachmawati, Dwi. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Penjualan Sepatu Tiruan Di Jalan Sawo Magetan." *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018.

Hasil Wawancara

Alfitriana, Desi. *Hasil Wawancara*. Magetan. 1 Februari 2020.

Astuti, Novi Meri. *Hasil Wawancara*. Magetan. 31 Januari 2020.

Erliana, Novita. *Hasil Wawancara*. Magetan. 1 Februari 2020.

Rahayu, Fransiska Evi. *Hasil Wawancara*. Magetan. 1 Februari 2020.

Sintawati, Rizki Dwi. *Hasil Wawancara*. Magetan. 1 Februari 2020.