

ABSTRAK

Yolanda Agnes Oktavia, NIM. 1711143088, *Rebranding dalam Perspektif Hukum Positif dan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Toko Online Jasa Henna Elma Fitriani)*, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, IAIN Tulungagung, 2018, Pembimbing: Dr. Iffatin Nur, M.Ag.

Rebranding merupakan pemberian ulang terhadap merek yang sudah melekat pada sebuah produk sebelumnya. Maraknya *rebranding* sedikit banyak berpengaruh kepada persaingan usaha, seperti di toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung. Produk berupa pasta henna yang dibeli dari produsen pasta Henna oleh pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung dikemas dalam kemasan ekonomis dan diberi label pada sisi kemasan. Pada prakteknya kegiatan *rebranding* ini sangat rentan dengan adanya persaingan tidak sehat.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana fenomena *rebranding* di toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung dalam perspektif hukum positif?, 2) Bagaimana fenomena *rebranding* di toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung dalam perspektif etika bisnis Islam? Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan fenomena *rebranding* di toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung dalam perspektif hukum positif, 2) Untuk mendeskripsikan fenomena *rebranding* di toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung dalam perspektif etika bisnis Islam.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif dan jenis penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa observasi, wawancara, serta penelaah dokumen. Sedangkan teknik analisa data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) fenomena *rebranding* yang terjadi pada toko online Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung sesuai dengan hukum positif dimana dalam hukum positif tersebut memiliki hubungan yang erat dengan moral dan norma yang ada dalam masyarakat, 2) fenomena *rebranding* yang terjadi pada toko online Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung sesuai dengan etika bisnis Islam karena telah memenuhi 5 (lima) prinsip dasar etika bisnis Islam, yakni: kesatuuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, dan kebenaran. Hal ini dikarenakan pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung telah mendapatkan izin dari produsen sebelumnya untuk melakukan *rebranding*. Sehingga tujuan dari penerapan etika bisnis Islam dapat terwujud.

Kata Kunci: *rebranding*, hukum positif, etika bisnis islam

ABSTRACT

Yolanda Agnes Oktavia, NIM. 1711143088, Rebranding in Perspective of Positive Law and Islamic Business Ethics (Case Study on Online Shop of Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung), Department of Islamic Economic Law, IAIN Tulungagung, 2018, Advisor: Dr. Iffatin Nur, M.Ag.

Rebranding is a re-awarding of a brand that is already attached to a previous product. The rise of rebranding has a lot of influence to business competition, such as in online shop of Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung. Products of henna paste purchased from Henna paste producers by the online shopkeeper Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung are packaged in economical packaging and labeled on the packaging side. In practice this rebranding activity is very vulnerable to the existence of unhealthy competition.

The formulation of the problem in this research are: 1) how rebranding phenomenon in online shop of Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung in the perspective of positive law?, 2) How is rebranding phenomenon in online shop of Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung in perspective of Islamic business ethics? The objectives of this research are: 1) To describe the rebranding phenomenon in the online shop of Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung in the perspective of positive law, 2) To describe the rebranding phenomenon in the online shop of Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung in the perspective of Islamic business ethics.

Research method used by researcher is qualitative method with field research. Data collection techniques used in this research are observation, interview, and document review. While data analysis techniques using data reduction, data presentation, and conclusion and verification.

The results of this study indicate that: 1) the rebranding phenomenon that occurs in the online shop of Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung in accordance with positive law in which postive law has a close relationship with the morality and norms that exist in society. 2) the rebranding phenomenon that occurs in the online shop of Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung in accordance with Islamic business ethics because it has fulfilled 5 (five) basic principles of Islamic business ethics, namely: unity, balance, freedom of will, responsibility, and truth. This is because the online shop owner Henna Elma Fitriani Tulungagung Service has received permission from previous manufacturers to do rebranding. So the purpose of the application of Islamic business ethics can be realized.

Keywords: rebranding, positive law, Islamic business ethics