BAB V

PEMBAHASAN

A. Fenomena *Rebranding* di Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung dalam Perspektif Hukum Positif

Keberadaan merek dalam dunia bisnis sangatlah penting, baik bagi perusahaan (produsen) maupun bagi konsumen. Bagi perusahaan, merek yang baik dapat membantu membangun citra atau *image* perusahaan, dan bisa digunakan untuk kepentingan promosi. Misalnya, merek mobil Alphard, walaupun seandainya desainnya dibuat jelek dan harganya dibuat mahal, namun masyarakat masih tetap segan dan menganggap bahwa mobil ini adalah mobil mewah kelas atas yang wajib dimiliki.[1]

Sedangkan bagi konsumen, mereka dapat memberikan identitas bagi setiap produk, sehingga konsumen akan lebih mudah untuk mengidentifikasi produk yang dia butuhkan. Di samping itu, merek memberikan jaminan terhadap konsumen bahwa dia akan mendapatkan kualitas yang sama meskipun membeli produk tersebut dalam waktu dan tempat yang berbeda. Misalnya, seorang konsumen yang pergi ke restoran Kentucky Fried Chicken di Surabaya akan mendapatkan kualitas makanan yang sama dengan kualitas makanan di restoran KFC di Jakarta.[2]

Melihat betapa pentingnya keberadaan merek dalam dunia bisnis maka disusunlah berbagai undang-undang perlindungan merek. Di Indonesia,

[1] Husnul Haq, *Merek Menurut Hukum Islam*, dalam https://www.nu.or.id/post/read/93065/merek-menurut-hukum-islam diakses 01 Agustus 2018

[2] *Ibid.*,

perlindungan merek diatur dalam undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang merek, dan undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.[3]

Hukum positif merupakan hukum yang mengatur perilaku manusia yang merupakan bukan benda mati tetapi makhluk hidup yang memiliki pikiran serta kemampuan membedakan hal yang baik dan hal yang buruk (Etika). *Ius Constitutum* jika dikaitkan dengan etika maka juga berhubungan dengan moral. Maksudnya bahwa hukum positif juga memiliki hubungan yang erat dengan dengan moral dan norma yang ada dalam masyarakat.[4]

Dalam kaitannya dengan fenomena *rebranding,* hukum positif turut berperan aktif dalam memberikan perlindungan terhadap *brand* (merek) yang diatur dalam undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang merek, dan undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis. Namun disisi lain, fenomena rebaranding yang dilakukan oleh pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung menurut perspektif hukum positif sudah patut karena seperti yang dipaparkan diatas bahwa hukum positif memiliki hubungan yang erat dengan moral dan norma yang ada dalam masyarakat. Karenanya, dalam menjalankan usaha *rebranding* pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung sudah memiliki izin dari pemilik produk sebelumnya yangmana produk tersebut sudah memiliki *brand* (merek) sendiri.

---

[3] *Ibid.,*

[4] Laurensius Arliman S, *Penegakan Hukum dan Kesadaran Masyrakat*,(Yogyakarta: Deepublish, 2015), hal. 36

B. Fenomena *Rebranding* di Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa fenomena *rebranding* di toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung sama dengan teori dan etika bisnis Islam atau justru terjadi kesenjangan diantara keduanya. Pembahasan ini menggunakan 5 (lima) prinsip etika bisnis Islam dalam menganalisa fenomena *rebranding* di toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung.

1. Fenomena *Rebranding* di Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung tentang *Unity* (Kesatuan)

Selama ini banyak orang memahami bahwa bisnis hanya memiliki tujuan utama untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang mendalilkan modal sekecil mungkin dan untung besar menjadikan para pelaku usaha menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan.[5] Tidak mengherankan jika bisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial seperti dampak lingkungan maupun dampak kerugian yang nantinya akan dialami oleh para konsumen.

Rebranding merupakan suatu kegiatan pemberian merek ulang terhadap produk tertentu. Saat ini *rebranding* mulai marak dilakukan oleh orang yang ingin memulai usaha namun terkendala oleh modal,

[5] R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara, 2006), hal. 1-3

waktu, maupun ide. Karena bagi pelaku usaha yang melakukan *rebranding*, mereka cukup menyiapkan *brand* (merek) yang itu dapat berupa label, untuk kemudian dipasang pada produk yang akan dipasarkan.

Unity (kesatuan) merupakan refleksi dari konsep tauhid yakni seluruh aspek kehidupan baik dibidang ekonomi, politik, maupun sosial. Dalam prakteknya terdapat dalam firman Allah (QS. 18:46):

ٱلْمَالُ وَٱلْبَنُونَ زِينَةُ ٱلْحَيَوٰةِ ٱلدُّنْيَا ۖ وَٱلْبَٰقِيَٰتُ ٱلصَّٰلِحَٰتُ خَيْرٌ عِندَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا ﴿٤٦﴾

"Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan".[6]

Meninggalkan perbuatan yang tidak beretika dan mendorong setiap individu untuk bersikap amanah karena kekayaan yang ada merupakan amanah Allah. Disini dapat diungkapkan bahwa toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani dalam melakukan *rebranding* sudah sesuai dengan prinsip kesatuan karena pemilik sebelum melakukan *rebranding* telah mendapat persetujuan dan izin dari pihak yang memproduksi produk henna.

[6]Kementerian Agama Republik Indonesia, At-Thayyib Al-Qur'an Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata , (Banten:Cipta Bagus Segara, 2011), hal. 106

2. Fenomena *Rebranding* di Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung tentang *Equilibrium* (Keseimbangan)

Keseimbangan mutlak diperlukan dalam melakukan sebuah usaha. Suatu keseimbangan erat kaitannya dengan adil, bukan berlaku curang maupun berlaku dzalim. Karena kecurangan merupakan suatu pertanda kehancuran dalam berbisnis. Hal ini sesuai firman Allah SWT:

وَيۡلٞ لِّلۡمُطَفِّفِينَ ١ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكۡتَالُواْ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسۡتَوۡفُونَ ٢ وَإِذَا كَالُوهُمۡ أَو وَّزَنُوهُمۡ يُخۡسِرُونَ ٣

"Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi"[7] (QS. 83: 1-3).

Selain itu seorang muslim dalam mencari keuntungan dalam berbisnis harus menerapkan prinsip keadilan dimana kemampuan pelaku bisnis menciptakan keseimbangan dalam transaksi dan membebaskan penindasan.[8] Hal tersebut selaras dengan kegiatan *rebranding* yangmana jika kegiatan ini tidak mendapat persetujuan sebelumnya maka akan berdampak adanya ketidakseimbangan dalam berbisnis. Adanya pihak yang merasa tidak diuntungkan menambah permasalahan yang menimbulkan ketidakadilan dan kesenjangan dalam bermitra.

---

[7] Kementerian Agama Republik Indonesia, At-Thayyib Al-Qur'an Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata , (Banten:Cipta Bagus Segara, 2011), hal. 587

[8] Rafik Issa Baekun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustka Belajar, 2004), hal. 105

3. Fenomena *Rebranding* di Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung tentang *Free Will* (Kebebasan Berkehendak)

Konsep kebebasan dalam Islam lebih mengarah pada kerja sama, bukan persaingan apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka, itu berarti persaingan dalam berbuat kebaikan atau fastabiq al-khairat (berlombalomba dalam kebajikan).[9] Disamping itu, menepati kontrak kerja sama bisnis mutlak diperlukan dalam melakukan bisnis seperti firman Allah SWT (QS. 5:1):

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ أُحِلَّتۡ لَكُم بَهِيمَةُ ٱلۡأَنۡعَٰمِ إِلَّا مَا يُتۡلَىٰ عَلَيۡكُمۡ غَيۡرَ مُحِلِّي ٱلصَّيۡدِ وَأَنتُمۡ حُرُمٌۗ إِنَّ ٱللَّهَ يَحۡكُمُ مَا يُرِيدُ ١

"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu[388]. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya".[10]

[388] Aqad (perjanjian) mencakup: janji prasetia hamba kepada Allah dan Perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sesamanya.

---

[9] Sri Nawatmi, *ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM*, Fokus Ekonomi Vol. 9 No. 1, dalam 24402-ID-etika-bisnis-dalam-perspektif-islam.pdf, diakses tanggal 25 Februari 2018 hal. 57

[10] Kementerian Agama Republik Indonesia, At-Thayyib Al-Qur'an Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata , (Banten:Cipta Bagus Segara, 2011), hal. 299

Dalam kegiatan *rebranding* yang dilakukan oleh pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani dapat dikatakan telah memenuhi prinsip kebebasan berkehendak. Seperti yang telah disampaikan bahwa pemilik toko *online* tersebut telah mengantongi izin. Dimana kedua pihak melakukan kerja sama dan keduanya telah menaruh kepercayaan satu sama lain.

4. Fenomena *Rebranding* di Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung tentang *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Dalam dunia usaha, pelaku usaha harus bertanggung jawab dan mempertanggungjawabkan tindakkannya. Aplikasi dalam bisnis yang sesuai dengan prinsip tanggung jawab ialah Islam melarang semua transaksi alegotoris seperti gharar, sistem ijon, dan sebagainya.[11] Dalam kaitannya melakukan usaha, produk yang dijual di toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani jelas produknya atau dalam istilah lain tidak gharar. Hanya saja pemilik toko *online* menjual produk yang telah di *rebranding* dari *brand* (merek) yang telah melekat sebelumnya yangmana hal tersebut terjadi karena adanya dorongan dari pihak ketiga yakni konsumen.

[11] Sri Nawatmi, *ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM*, Fokus Ekonomi Vol. 9 No. 1, dalam 24402-ID-etika-bisnis-dalam-perspektif-islam.pdf, diakses tanggal 25 Februari 2018 hal. 57

5. Fenomena *Rebranding* di Toko *Online* Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung tentang *Benevolence* (Kebenaran)

Kejujuran dan kebiasaan berkata benar adalah kualitas-kualitas yang harus dikembangkan dan dipraktekkan oleh para pengusaha muslim. Kejujuran sangat penting bagi seorang pengusaha muslim karena adanya kebutuhan untuk mendapatkan keuntungan dalam mengembangkan maupun memperbesar usaha mereka.

Bisnis Islami merupakan perwujudan dari aturan syariah Allah. Sebenarnya bentuk bisnis Islami tidak jauh berbeda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, aspek syariah inilah yang mmbedakannya dengan bisnis pada umumnya. Bisnis syariah selain mengusahakan bisnis pada umumnya, juga menjalankan Islam pada perintah Allah dalam hal bermuamalah. Untuk membedakan bisnis Islam dan yang bukan dapat kita ketahui melalui ciri dan karakter bisnis Islami yang memiliki keunikan dan ciri tersendiri. Salah satunya yaitu benar secara syar'I dalam implementasi intinya yang pada masalah ini adalah ada kesesuaian antara teori dan praktik, antara apa yang telah dipahami dan diterapkan. Karena itu, pertimbangannya tidak semata-mata untung dan rugi secara material.[12]

Dalam dunia bisnis, kejujuran juga bisa ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan, baik ketepatan waktu, janji, pelayanan,

[12] Veithzhal Rifai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance: Ekonomi Keuangan Islam Bukan Alternatif, tetapi Solusi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal 2

mengakui kelemahan dan kekurangan yang kemudian diperbaiki secara terus-menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu.

Begitu juga pada toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani yang dalam hal ini mengakui bahwa produk yang dijualnya merupakan hasil dari *rebranding* atau dalam kata lain produk orang lain yang oleh pemilik toko *online* Jasa Henna Elma Fitriani diberi label sesuai nama toko *online*-nya tersebut.