

**PERSPEKTIF HUKUM ISLAM MENGENAI JUAL BELI  
PRODUK TIRUAN DI MEGA MALL BENGKULU**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh  
Gelar Sarjana Hukum (S.H)

OLEH:

**NOVI HERAWATI**  
**NIM: 1611120005**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
TAHUN 2020 M/1441 H**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis oleh Novi Herawati, NIM: 1611120005 dengan judul

“Perspektif Hukum Islam Mengenai Jual Beli Produk Tiruan Di Mega Mall

Bengkulu” Program Studi Hukum Ekonomi Syariah telah diperiksa dan diperbaiki

sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini

disetujui untuk diajukan dalam sidang *Munaqasyah* skripsi Fakultas Syariah

Institus Agama Islam (IAIN) Bengkulu.

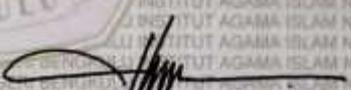
Bengkulu, Desember 2019 M

Dzulhijjah 1440 H

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Drs. H. Supardi, M.Ag**  
NIP: 196504101993031007

  
**Dr. Iwan Ramadhan Sitorus, M.HI**  
NIP: 198705282019031004



KEMENTERIAN AGAMA RI  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU**  
**FAKULTAS SYARIAH**

Alamat Jl. Raden Fatah, Pagar Dewa telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

**PENGESAHAN**

Skripsi disusun oleh: **NOVI HERAWATI**, NIM: 1611120005 yang berjudul "Perspektif Hukum Islam Mengenai Jual Beli Produk Tiruan Di Mega Mall Bengkulu", Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu Pada:

Hari : **Kamis**  
 Tanggal : **30 Januari 2020**

Dan dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syariah.

**Bengkulu, Januari 2020 M**  
**Jumadil Akhir 1441 H**

**Dekan Fakultas Syariah**

**Dr. Imam Mahdi, S.H. M.H**  
**NIP: 196503071989031005**

**Tim Sidang Munaqasyah**

**Ketua**

**Sekretaris**

**Drs. H. Supardi, M.Ag**  
**NIP: 196504101993031007**

**Dr. Iwan Romadhan Sitorus, M.HI**  
**NIP: 198705282019031004**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Rohmadi, S.Ag., M.A**  
**NIP: 1971032019966031001**

**Fauzan, S.Ag., M.H**  
**NIP: 197707252002121003**

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾

*“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan,  
Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan),  
tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lainnya).”*

(QS. AL - INSYIRAH: 6 - 7 )

**“Jangan pernah putus asa pada suatu proses, teruslah berdo’a  
berusaha dan percaya Allah swt akan tetap memudahkan  
langkah dan prosesmu di jalan yang lainnya. Ingat selalu,  
selain kebahagiaan dirimu atas suatu pencapaian  
ada orang lain yang harus kamu bahagiakan,  
Ayah dan Ibu.”**

( Penulis )

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji dan syukurku kepada Allah swt. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga ini menjadi ayunan kaki bagiku dalam melangkah menuju masa depan yang lebih baik.

Aku persembahkan karya sederhana ini sebagai rasa cinta dan sayangku serta terima kasihku kepada:

1. Ibundaku (Rahunia) dan Ayahandaku (Pajruludin) yang tercinta, yang telah memberikan kasih sayang yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selebar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu mendo'akan dan memberiku motivasi-motivasi untuk menjadi lebih baik.
2. Kakak-kakakku (Neti Zuslaini) (Gensri Goroni) dan (Arlan Jayadi), terimakasih atas do'a dan semangat yang selalu kalian berikan selama ini, hanya karya sederhana ini yang bisa aku persembahkan.
3. Keponakan-keponakanku tercinta (Henny Erliyantika Putri) (Rolly Mardiana Putri) (Shendy Rezki Hidayati) (Sultan Fachri) (Clara Belita) (Gerly Aprilia) dan (Ayra Shirly Rahmadhani), tiada yang paling mengharukan disaat berkumpul bersama kalian hal itu selalu menjadi warna yang tidak akan bisa tergantikan.
4. Sahabat-sahabatku (Yosan Yolanda) (Rionita Purnama Sari, S.Sos.I) dan (Vera Dwi Lucia Ningsih) terimakasih atas kesabaran kalian yang telah memberikanku semangat, hiburan, inspirasi dan selalu mendampingi dalam menyelesaikan tugas akhir ini, aku tidak akan melupakan semua yang telah kalian berikan selama ini.
5. Dosen Pembimbingku yang paling baik dan bijaksana Ustad (Dr. Iwan Ramadhan Sitorus, M.HI) dan Bapak (Drs. H. Supardi, M.Ag) terima kasih atas bantuannya, nasehatnya, dan ilmunya yang selama ini dilimpahkan kepadaku dengan rasa tulus dan ikhlas.
6. Untuk Bangsa, Negara, Agama dan Almamaterku.

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul "Perspektif Hukum Islam Mengenai Jual Beli Produk Tiruan Di Mega Mall Bengkulu". Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat dari hasil karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Bersedia Skripsi diterbitkan di Jurnal Ilmiah Fakultas Syariah atas nama saya dan nama dosen Pembimbing Skripsi saya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, \_\_\_\_\_ Januari 2020 M  
Jumadil Akhir 1441 H



Mahasiswa yang menyatakan

  
Novi Herawati  
NIM. 1611120005

## **ABSTRAK**

**Perspektif Hukum Islam Mengenai Jual Beli Produk Tiruan Di Mega Mall Bengkulu.** Oleh: Novi Herawati, NIM: 1611120005.

Pembimbing I: Drs. H. Supardi, M.Ag dan Pembimbing II: Dr. Iwan Romadhan Sitorus, M.HI

Ada dua permasalahan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu (1) Faktor apa saja yang mempengaruhi penjual dan pembeli dalam jual beli produk tiruan, (2) Bagaimana perspektif hukum Islam mengenai jual beli produk tiruan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penjual dan pembeli dalam jual beli produk tiruan dan untuk mengetahui perspektif hukum Islam mengenai jual beli produk tiruan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini adalah *field research* (Penelitian lapangan). Penentuan informan penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik toko, karyawan dan pembeli produk tiruan. Jumlah keseluruhan informan adalah 35 orang. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa (1) Faktor yang mempengaruhi penjual dalam jual beli produk tiruan yaitu pengenalan terhadap merek, kebutuhan pembeli terhadap produk, penyesuaian dengan kemampuan pembeli. Sedangkan Faktor yang mempengaruhi pembeli dalam jual beli produk tiruan yaitu pengamatan, harga lebih terjangkau, menambah rasa percaya diri, pengaruh teman, pengaruh publik figur. (2) Perspektif hukum Islam mengenai jual beli produk tiruan di Mega Mall Bengkulu dibolehkan karena pelaku akad yakni penjual dan pembeli ini tetap ada. Rukun yang harus terpenuhi lagi yaitu mengenai barang yang dijadikan objek jual beli. Meskipun yang menjadi objek jual beli adalah barang tiruan ini tetap sah karena menurut ulama Hanafi, yang menjadi rukun jual beli hanyalah kerelaan kedua belah pihak untuk berjual beli, atau saling memberikan barang dan harga barang. Unsur kerelaan itu terlihat dalam ijab dan qabul.

**Kata Kunci: Perspektif, Hukum Islam, Jual Beli, Produk Tiruan.**

## KATA PENGANTAR



### **Assalamualaikum Wr. Wb**

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah swt, atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Perspektif Hukum Islam Mengenai Jual Beli Produk Tiruan Di Mega Mall Bengkulu”**. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad saw. Yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus.

Penyusunan skripsi ini, bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada program studi Hukum Ekonomi Syari’ah (HES) Fakultas Syari’ah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Imam Mahdi, S.H, M.H, selaku Dekan Fakultas Syari’ah IAIN Bengkulu.
3. Wery Gusmansyah, M.H, selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syari’ah IAIN Bengkulu.
4. Drs. H. Supardi, M.Ag selaku Pembimbing Akademik dan selaku Pembimbing I dalam membimbing penulisan skripsi.
5. Dr. Iwan Romadhan Sitorus, M.HI, selaku pembimbing II dalam membimbing penulisan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan Karyawan Fakultas Syari'ah IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam hal adminitrasi.
8. Kedua orangtuaku Bapak Pajruludin dan Ibu Rahunia yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta mendo'akan kesuksesan peneliti.
9. Kepada para Pengelola Mega Mall Bengkulu, saya ucapkan terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.
10. Informan penelitian yang telah memberikan waktu dan informasi secara terbuka.
11. Rekan seperjuangan Prodi HES A dan B angkatan 2016 serta sahabat-sahabatku Aziza Nur Okni, Pujiati, Ria Romita Sari, Indah Safitri, Putri Yuliana Wijayanti, Nofi Nurahma Ratri, Liza Indri Yani, Sahrul Alamsyah Siregar dan Deki Suyatno yang telah membantu dan memotivasiku.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari akan banyaknya kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Namun demikian peneliti terus berusaha dengan maksimal untuk mencapai hasil akhir yang terbaik dalam penulisan skripsi ini.

Bengkulu, Januari 2020  
Peneliti

**Novi Herawati**  
**Nim. 1611120005**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang. ....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Batasan Masalah. ....	9
D. Tujuan Penelitian. ....	9
E. Kegunaan Penelitian. ....	9
F. Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu. ....	10
G. Metode Penelitian. ....	13
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian. ....	13
2. Waktu dan Lokasi Penelitian. ....	14
3. Subjek atau Informan Penelitian.....	14
4. Sumber Data. ....	15
5. Teknik Pengumpulan Data. ....	16
6. Teknik Analisis Data. ....	18
H. Sistematika Penulisan .....	20
<b>BAB II JUAL BELI DAN PRODUK TIRUAN.....</b>	<b>21</b>
A. Jual Beli .....	21
1. Pengertian Jual Beli. ....	21
2. Dasar Hukum Jual Beli.....	22

3. Rukun dan Syarat Jual Beli.....	25
4. Bentuk-Bentuk Jual Beli yang Dilarang.....	27
5. Hikmah Disyari'atkannya Jual Beli.....	29
B. Produk Tiruan dan Klasifikasinya. ....	30
1. Pengertian Produk Tiruan.....	30
2. Klasifikasi Produk Tiruan.....	31
<b>BAB III DESKRIPSI MEGA MALL.....</b>	<b>35</b>
A. Profil Mega Mall Bengkulu.....	35
1. Sejarah Mega Mall Bengkulu.....	35
2. Lokasi Mega Mall Bengkulu.....	36
3. Visi dan Misi Mega Mall Bengkulu.....	37
4. Kelebihan dan Kekurangan Mega Mall Bengkulu.....	37
5. Jam Operasional Mega Mall Bengkulu.....	39
6. Struktur Organisasi Mega Mall Bengkulu.....	39
7. Macam-Macam Kebutuhan Yang Disediakan.....	42
8. Jumlah Penjual.....	43
B. Produk Tiruan di Mega Mall Bengkulu.....	45
1. Sepatu.....	45
2. Tas.....	46
<b>BAB IV JUAL BELI PRODUK TIRUAN DALAM PERSPEKTIF HUKUM</b>	
<b>ISLAM.....</b>	<b>47</b>
A. Faktor Yang Mempengaruhi Jual Beli Produk Tiruan.....	47
1. Faktor Yang Mempengaruhi Penjual Dalam Jual Beli Produk Tiruan..	47
2. Faktor Yang Mempengaruhi Pembeli Dalam Jual Beli Produk Tiruan.	54
B. Perspektif Hukum Islam Mengenai Jual Beli Produk Tiruan.....	66
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Penjual di Mega Mall Bengkulu	
Berdasarkan Posisi Tahun 2018/2019 .....	43
Tabel 3.2 Jumlah Penjual di Mega Mall Bengkulu	
Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2018/2019 .....	44
Tabel 3.3 Jumlah Penjual di Mega Mall Bengkulu	
Berdasarkan Kepemilikan papan nama Tahun 2018/2019 .....	44

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hidup bermasyarakat merupakan karakter manusia yang telah Allah swt ciptakan sejak diciptakannya lelaki dan perempuan, kemudian berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar saling mengenal diantara mereka. Kemudian Allah swt menitipkan mereka naluri saling tolong menolong untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>1</sup> Islam merupakan agama yang sempurna dalam mengatur semua aspek kehidupan, dalam kehidupan sehari-hari manusia hidup saling berhubungan dalam hal muamalah dengan sesama.<sup>2</sup> Guna untuk mengatur hubungan dalam bermuamalah tersebut islam memberi pedoman.

Dalam hal muamalah Islam memberikan pedoman atau aturan hukum, yang ada pada umumnya dalam bentuk garis besar, hal itu dimaksudkan untuk memberi peluang bagi perkembangan kegiatan bermuamalah dikemudian hari, sebab syari'at Islam tidak terbatas pada ruang dan waktu.<sup>3</sup> Muamalah adalah sendi kehidupan dimana setiap muslim akan diuji nilai keagamaan dan kehati-hatiannya, serta konsistensinya dalam ajaran-ajaran Allah swt.<sup>4</sup> Seperti yang kita ketahui harta adalah segala sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia baik untuk disimpan atau digunakan.

---

<sup>1</sup> Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), h. 16.

<sup>2</sup> Abdul Aziz Muhammad Azam, *Fiqh Muamalah Sistem Transaksi Dalam Fiqh Islam*, (Jakarta: Amzah, 2017), h. 26.

<sup>3</sup> Doni Juni Priansyah Alma Bukhari, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 34.

<sup>4</sup> Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli...*, h. 1.

Muamalah merupakan bagian dari syari'ah yang mengatur dalam berbagai aktivitas perekonomian, mulai dari jual beli hingga investasi saham.<sup>5</sup> Banyak orang zaman sekarang yang tidak peduli dengan harta haram, dan tergilagila terhadap harta benda sampai mereka tidak menghiraukan keharaman harta orang lain yang ia ambil. Mereka juga mengabaikan aturan-aturan agama dalam mencari harta.

Dengan demikian, Islam tidak menghendaki pemeluknya melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ajarannya, seperti praktik riba, penipuan, dan lain-lainnya, tetapi Islam menyuruh kita agar mencari rezeki yang halal, sebagaimana firman Allah swt dalam QS. al-Baqarah ayat 275, berikut ini:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
 الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ  
 اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَاتْتَهَىٰ فَلَهُ مَا  
 سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا  
 خَالِدُونَ

Artinya:

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah)

<sup>5</sup> Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Teras, 2011), h. 2.

kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”<sup>6</sup>

Oleh karena itu dalam praktik jual beli untuk menghindari hal-hal yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, kita harus bisa membedakan antara penipuan, pemalsuan, dan tiruan. Seperti dibawah ini:

### 1. Penipuan

Pengertian dari penipuan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dari kata dasar penipuan yaitu tipu adalah perbuatan atau perkataan yang tidak jujur (bohong, palsu, dan sebagainya) dengan maksud untuk menyesatkan, mengakali, atau mencari untung. Sedangkan penipuan adalah proses, perbuatan, cara menipu.<sup>7</sup> Seseorang yang melakukan suatu tindakan dengan mengatakan yang tidak sebenarnya kepada orang lain tentang suatu berita, kejadian, pesan dan lain-lain yang dengan maksud-maksud tertentu yang ingin dicapainya adalah suatu tindakan penipuan atau seseorang yang melakukan tindakan-tindakan yang bersifat menipu untuk memberikan kesan bahwa sesuatu itu benar dan tidak palsu, untuk kemudian mendapat kepercayaan dari orang lain.

### 2. Pemalsuan

Pemalsuan berasal dari kata palsu yang berarti “tidak sah, tiruan, gadungan, sedangkan pemalsuan masih dari sumber yang sama diartikan

---

<sup>6</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h. 47.

<sup>7</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), Ed, IV, h. 952.

sebagai proses, cara, perbuatan memalsu”.<sup>8</sup> Palsu menandakan suatu barang tidak asli, sedangkan pemalsuan adalah proses pembuatan sesuatu barang yang palsu. Sehingga dengan demikian dari kata pemalsuan ada terdapat pelaku, ada barang yang dipalsukan dan ada tujuan pemalsuan.

### 3. Tiruan

Tiruan atau bukan asli,<sup>9</sup> merupakan hasil produk yang ditiru orang lain. Perilaku peniruan terjadi karena semakin meningkatnya kebutuhan manusia namun semakin kecil pendapatan, sehingga banyaknya distributor yang menyalurkan produk-produk tiruan dipasaran untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan produk asli.

Salah satu bidang muamalah adalah jual beli atau perdagangan. Jual beli dapat terjadi dengan cara pertukaran harta antara dua pihak atas dasar saling rela, dan memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan yaitu berupa alat tukar yang diakui sah dalam lalu lintas perdagangan.<sup>10</sup> Perdagangan dan perniagaan selalu di hubungkan dengan nilai-nilai moral, sehingga semua transaksi bisnis yang bertentangan dengan kebajikan tidaklah bersifat Islami.<sup>11</sup> Sebagai contoh, setiap penjual harus menyatakan kepada pembeli bahwa barang tersebut layak dipakai dan tidak cacat, atau seandainya ada cacat maka hal itu harus diungkapkan dengan jelas.

---

<sup>8</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,... h. 817.

<sup>9</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,... h. 528.

<sup>10</sup> Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 129.

<sup>11</sup> Wiroso, *JualBeliMurabahah*, (Yogyakarta:UUI Press, 2005), h. 14.

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sebagai sarana dan prasarana memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam sejarah membuktikan bahwa manusia harus hidup berekonomi di dunia ini adalah sifat dasar manusia, karena semua manusia dalam keperluan hidup saling bergantung satu sama lain.<sup>12</sup> Dengan adanya jual beli maka akan timbul rasa saling membantu, sehingga hidup manusia berdiri dengan lurus dan mekanisme hidup berjalan dengan baik.

Dalam aktivitas jual beli, pihak yang melakukan jual beli harus bersikap jujur dan adil. Neraca merupakan lambang keadilan dan kebenaran, seperti halnya di dalam Al-Qur'an yang menyuruh supaya menakar dan menimbang dengan jujur menggunakan takaran yang benar dan neraca yang betul.<sup>13</sup> Bukti kejujuran dan keadilan dalam jual beli yaitu adanya nilai timbangan dan ukuran yang tepat dan standar benar-benar harus diutamakan.

Berbicara mengenai kebutuhan manusia meliputi kebutuhan fisik dasar akan makanan, pakaian, keamanan kebutuhan sosial, serta kebutuhan individu akan pengetahuan, dan suatu keinginan untuk mengekspresikan diri. Sementara keinginan adalah bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual, manusia mempunyai keinginan yang nyaris tanpa batas tetapi sumber dayanya terbatas. Jadi mereka akan memilih produk yang memberi nilai dan kepuasan paling tinggi untuk uang yang dimilikinya.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Abdullah Siddik, *Inti Dasar Hukum Dagang Islam*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), h. 4.

<sup>13</sup> Fachruddin, *Ensiklopedia Al Quran, Cet. 2*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), h. 229.

<sup>14</sup> M. Nur Rianto Al-Arir, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 19.

Upaya mengantisipasi terjadi kecurangan-kecurangan dalam jual beli, baik yang berbentuk eksploitasi, pemerasan, monopoli maupun bentuk kecurangan lainnya, tidak dibenarkan oleh Islam karena hal tersebut jelas bertentangan dengan jiwa syari'at Islam, termasuk produk tiruan seperti orang yang meniru suatu produk dan diperjual belikan dengan harga yang sangat terjangkau karena disesuaikan dengan kondisi ekonomi pembeli.<sup>15</sup>

Menurut R. Abdul Djamali teori hukum jual beli: Mubah (boleh), dilakukan bagi setiap orang yang memenuhi syarat. Wajib, kalau seorang wali menjual harta anak yatim dalam keadaan terpaksa, hal wajib ini berlaku juga bagi seorang *Qadhi* yang menjual harta *muflis* (orang yang banyak hutang dan melebihi harta miliknya). Haram, bagi jual beli barang yang dilarang oleh agama. Sunnah, kalau jual beli itu dilakukan kepada teman/kenalan atau sanak keluarga yang dikasihi dan juga kepada orang yang sangat memerlukan barang itu. Makruh, apabila jual beli dilakukan antara adzan subuh dan terbitnya matahari, melakukan jual beli dengan orang yang tidak baik dan membeli barang yang mau dibeli orang lain.<sup>16</sup>

Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran dan kepentingan.<sup>17</sup> Sedangkan produk adalah segala sesuatu (barang, jasa, tempat, ide, informasi) yang dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.<sup>18</sup> Fenomena yang menarik saat ini adalah maraknya peredaran produk tiruan atau barang palsu

---

<sup>15</sup> GemalaDewi, *HukumPerikatanIslamIndonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 97.

<sup>16</sup> Abdul Djamali, *Hukum islam*, (Bandung: Mandar Maju, 1992), h. 152.

<sup>17</sup> Chairul Maroom, *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002), h. 28.

<sup>18</sup> Philip Kotler, *Marketing...*, h. 41.

sebagai sebuah pilihan baru bagi konsumen untuk menunjang penampilannya. Hal ini terjadi karena faktor lingkungan dengan alasan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Di Indonesia produk tiruan, imitasi atau replika sering dikenal dengan istilah KW. Istilah KW sebenarnya merupakan istilah yang salah, menurut KBBI kata “kwalitas” seharusnya “kualitas”.<sup>19</sup> Istilah ini jamak dipakai seiring menjamurnya barang tiruan dipasaran. Penelitian ini berobjek pada sepatu dan tas yang lebih sering disebut dengan sepatu dan tas KW, dimana produk tersebut memiliki tingkatan mulai dari KW Super yang mendekati kemiripan dengan asli, ada juga KW 1 KW 2 dan seterusnya dengan tingkatan yang semakin menurun. Pada praktek jual beli sepatu dan tas tiruan ini banyak di jumpai dalam Mega Mall Bengkulu, diantaranya toko Jenzki Shoes, Olla Shoes, Aulia Group, Jenслан, dan Ayu Shoes and Bag.<sup>20</sup>

Produk tiruan identik dengan harga yang lebih murah dibanding dengan versi originalnya. Merek dan bentuknya hampir sama tapi kualitasnya berbeda. Kondisi inilah yang menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk memuaskan keinginan pembeli, dengan menawarkan barang yang tidak asli atas suatu merek terkenal yang menempel pada produk tiruan. Dimana adat kebiasaan masyarakat yang cenderung lebih memilih kuantitas dari pada kualitas.

---

<sup>19</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,... h. 576.

<sup>20</sup> Observasi awal pada hari Jum'at 08 Maret 2019 pukul 14:00 WIB

Keadaan dilapangan masih banyak penjual yang menawarkan berbagai macam produk tiruan, khususnya di Mega Mall Bengkulu seperti sepatu dan tas, penjual mengatakan bahwa barang tersebut merupakan produk impor, tetapi sebagian penjual tidak menjelaskan asli atau tidaknya jenis barang yang mereka tawarkan. Barang-barang impor yang dijual biasanya dari Vietnam, China, Korea, Malaysia, Singapore dan Thailand, sedangkan penjual memesan barang-barang impor tersebut langsung dari Batam, Tanah Abang Jakarta, Blok M Square Jakarta Selatan. Barang yang diimpor seperti sepatu yang bermerk Al star, Vans, Filla, Adidas dan Nike, sedangkan tas yang bermerk Gucci, Chanel, Louis Vuitton (LV), Zara dan Hermes.

Penjual dapat menawarkan produknya dengan kualitas hampir menyamai bahkan sama dengan produk aslinya dengan harga yang jauh dibawah harga produk asli, seperti penjual yang menetapkan harga jual barang original Rp 500.000 sampai dengan Rp 1.000.000 sedangkan harga jual barang tiruan ditetapkan dengan harga Rp 150.000 sampai dengan Rp 200.000.<sup>21</sup>

Tetapi sangat diherankan konsumen masih banyak yang menggunakan produk tiruan tersebut, padahal dari segi harga sudah dapat diketahui bahwa barang tersebut merupakan produk tiruan. Dari kenyataan diatas peneliti tertarik untuk meneliti "*Perspektif Hukum Islam Mengenai Jual Beli Produk Tiruan di Mega Mall Bengkulu*".

---

<sup>21</sup> Observasi awal pada hari Jum'at 08 Maret 2019 pukul 14:00 WIB

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi penjual dan pembeli dalam jual beli produk tiruan?
2. Bagaimana perspektif hukum Islam mengenai jual beli produk tiruan?

## **C. Batasan Masalah**

Mengingat luasnya permasalahan dalam penelitian ini maka peneliti memberikan batasan sebagai berikut:

1. Produk tiruan yang dimaksud adalah tas dan sepatu pada toko yang memiliki papan nama.
2. Pengguna yang dimaksud berusia 18 sampai 30 tahun.

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penjual dan pembeli dalam jual beli produk tiruan.
2. Untuk mengetahui perspektif hukum Islam mengenai jual beli produk tiruan.

## **E. Kegunaan Penelitian**

1. Upaya mengantisipasi terjadi kecurangan-kecurangan dalam jual beli, baik yang berbentuk eksploitasi, pemerasan, monopoli maupun bentuk kecurangan lainnya, tidak dibenarkan oleh Islam karena hal tersebut jelas bertentangan dengan jiwa syari'at Islam.

2. Kegunaan praktis, untuk memberikan buah pikiran pada masyarakat, khususnya dalam konteks jual beli produk tiruan.

#### **F. Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu**

Untuk menghindari munculnya asumsi duplikasi hasil penelitian, maka peneliti perlu memberikan pemaparan tentang beberapa karya yang telah ada yang memiliki kemiripan dengan objek penelitian yang akan peneliti lakukan. Beberapa peneliti yang telah meneliti tentang jual beli barang tiruan antaranya.

Skripsi yang ditulis oleh Hanifatul Choiriyah, Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo*". Dalam skripsi ini adapun masalah yang dibahas oleh peneliti: Bagaimana analisis hukum Islam terhadap praktik jual beli produk tiruan di Pasar Somoroto, dan bagaimana hukum Islam terhadap pelaksanaan khiyar dalam praktik jual beli produk tiruan di Pasar Somoroto. Metode yang digunakan adalah metode Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini yakni praktik jual beli produk tiruan di Pasar Somoroto ini dibolehkan, meskipun yang menjadi objek jual beli adalah barang tiruan ini tetap sah. Pelaksanaan khiyar dalam praktik jual beli produk tiruan di Pasar Somoroto tidak diperbolehkan, hal ini karena menurut kalangan ulama Maliki dan Syafi'I mengatakan, mesti dibatalkan setelah di ketahui adanya cacat secara langsung.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Hanifatul Choiriyah, "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo*." (Skripsi Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2018), h. vii.

Selanjutnya Skripsi yang ditulis oleh Rika Apriyanti, Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul "*Praktek Penjualan Produk Imitasi Jenis Fashion di Pasar Sandang Pangan Kota Selatpanjang Menurut Tinjauan Ekonomi Islam*". Dalam skripsi ini adapun masalah yang dibahas oleh peneliti: Bagaimana praktek penjualan produk imitasi jenis fashion di pasar Sandang Pangan Kota Selat Panjang, dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap praktek penjualan produk imitasi jenis fashion. Metode yang digunakan adalah metode Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini yakni praktek penjualan produk imitasi jenis fashion di Pasar Sandang Pangan masih perlu dibenahi karena tidak sesuai dengan ekonomi Islam. Masyarakat yang bekerja sebagai penjual produk imitasi jenis fashion di pasar Sandang Pangan dalam melaksanakan tugasnya masih banyak sekali kekurangan-kekurangan seperti ada sebagian dari mereka yang tidak mau menjelaskan mengenai produk yang mereka jual sehingga banyak konsumen yang merasa dirugikan, masih adanya para pedagang yang tidak menerima komplain dari pembeli padahal sudah jelas barang yang mereka jual terdapat kekurangan.<sup>23</sup>

Kemudian Skripsi yang ditulis oleh Lilis Marlina, Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Mataram dengan judul "*Pengaruh Penawaran Produk Imitasi Fashion Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen di Pasar Cakranegara Mataram (Tinjauan Ekonomi Mikro Syari'ah)*". Dalam skripsi ini adapun masalah yang

---

<sup>23</sup> Rika Apriyanti, "*Praktek Penjualan Produk Imitasi Jenis Fashion di Pasar Sandang Pangan Kota Selatpanjang Menurut Tinjauan Ekonomi Islam*." (Skripsi Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2013), h. ii.

dibahas oleh peneliti: Apakah ada pengaruh produk imitasi fashion terhadap proses pengambilan keputusan konsumen di pasar cakranegara Mataram dan Seberapa besar pengaruh penawaran produk imitasi fashion terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dipasar Cakranegara Mataram tinjauan ekonomi mikro syari'ah. Metode yang digunakan adalah metode Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini yakni menunjukkan bahwa dari tiga langkah atau tahapan proses pengambilan keputusan pembelian, hanya satu tahapan yang sering dilakukan yaitu pencarian informasi terhadap produk yang akan dibeli. Berdasarkan hasil analisis bahwa pengaruh variable X terhadap variable Y sebesar 16,2% dan 83,8 % dipengaruhi oleh faktor lain.<sup>24</sup>

Penelitian ini sama-sama membahas tentang jual beli produk tiruan, namun peneliti memiliki substansi dan obyek kajian yang berbeda dengan peneliti tersebut. Masalah ini sejauh penelusuran peneliti belum dikaji oleh peneliti lain.

Perbedaan dalam penelitian ini yaitu skripsi yang ditulis oleh Hanifatul Choiriyah terfokus pada tinjauan hukum dan pelaksanaan khiyar dalam jual beli, sedangkan skripsi yang ditulis oleh Rika Apriyanti terfokus pada praktek penjualan fashion imitasi dan tinjauan ekonomi Islam, kemudian skripsi yang ditulis oleh Lilis Marlina terfokus pada pengaruh penawaran produk imitasi dengan tinjauan ekonomi mikro syari'ah, Sedangkan penelitian ini, terfokus pada faktor apa saja yang mempengaruhi

---

<sup>24</sup> Lilis Marlina, "*Pengaruh Penawaran Produk Imitasi Fashion Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen di Pasar Cakranegara Mataram (Tinjauan Ekonomi Mikro Syari'ah)*." (Skripsi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2017), h. xii.

penjual dan pembeli dalam jual beli produk tiruan serta perspektif hukum Islam mengenai jual beli produk tiruan. Mengingat belum ada yang melakukan penelitian ini di Mega Mall Bengkulu, maka penulis memilih untuk meneliti di daerah tersebut.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian.<sup>25</sup> Metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia atau objek situasi dan kondisi.<sup>26</sup> Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan mengenai situasi atau kejadian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman secara sistematis dan akurat.

Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) yaitu penelitian mendalam mencakup keseluruhan yang terjadi di lapangan dengan tujuan untuk mempelajari secara mendalam tentang latar belakang keadaan sekarang.<sup>27</sup> Dalam penelitian ini, metode tersebut digunakan untuk mengetahui perspektif hukum Islam mengenai jual beli produk tiruan di Mega Mall Bengkulu.

---

<sup>25</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rosdakarya, 2007), h. 6.

<sup>26</sup> Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h. 7.

<sup>27</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologi Kearifan Ragam Varian Kontempore)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 10.

## 2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu penelitian memakan waktu selama 8 bulan yaitu dimulai dari bulan April sampai dengan bulan Desember. Periode itu digunakan mulai dari pembuatan dan bimbingan proposal, sampai dilakukannya penelitian. Lokasi penelitian ini di laksanakan di Mega Mall Jl. KZ Abidin II Pasar Minggu, Ratu Samban, Kota Bengkulu.

## 3. Subjek atau Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi.<sup>28</sup> Makna informasi di sini dapat dikatakan sama dengan responden apabila keterangannya digali oleh pihak peneliti.

Untuk menentukan informan penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan metode serta cara pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu. Sampel yang dipilih berdasarkan pada ciri-ciri yang dimiliki subjek sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan.<sup>29</sup>

Untuk menetapkan informan, peneliti menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a) Informan terlibat dalam kegiatan yang diteliti.
- b) Memilih informan yang mampu memberikan informasi yang berhubungan dengan objek penelitian.
- c) Pemilik toko dan karyawan toko.
- d) Toko yang memiliki papan nama.

---

<sup>28</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek...*, h. 145.

<sup>29</sup> Haris Hardiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), h. 106.

Berdasarkan kriteria di atas, peneliti mengambil informan lima orang pemilik toko, lima orang karyawan dan dua puluh lima orang konsumen yang ada di Mega Mall Bengkulu. Setelah peneliti melakukan observasi, kenyataan dilapangan masih banyak penjual yang menawarkan produk tiruan dan diminati banyak pembeli, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di tempat tersebut.

#### 4. Sumber Data

##### a) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui serangkaian kegiatan.<sup>30</sup> Data primer adalah data pokok yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dan data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi dan wawancara pada pemilik toko, karyawan serta konsumen yang terkait dengan masalah penelitian, yakni data tentang perspektif hukum Islam mengenai jual beli produk tiruan di Mega Mall Bengkulu.

##### b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi, berupa dokumen pribadi, dokumen resmi kelembagaan, referensi-referensi atau peraturan yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik...*, h. 172.

<sup>31</sup> Iskandar, *Metodelogi Pendidikan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2008), h. 77.

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data dokumentatif yang diperoleh melalui sumber lain, yaitu data yang diperoleh dari tabloid, internet, dan buku-buku yang menjadi salah satu data pendukung pada penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen resmi wilayah penelitian.

## **5. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mempermudah pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan teknik-teknik sebagai berikut:

### a) Wawancara

Wawancara atau interview adalah suatu bentuk komunikasi verbal bagi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.<sup>32</sup> Dalam interview, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan menganalisis jawabannya. Melakukan tanya jawab dengan subjek untuk memancing agar subjek mengungkapkan isi hatinya, pendapat-pendapatnya dan lain-lain sehingga pewawancara bisa menggali informasi yang diperlukan.

Bentuk wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, wawancara digunakan untuk mengetahui perspektif hukum Islam mengenai jual beli produk tiruan di Mega Mall Bengkulu. Jadi wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan cara peneliti bertanya langsung kepada informan penelitian

---

<sup>32</sup> Sumanto, *Psikologi Perkembangan*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), h. 180.

yaitu pemilik toko, karyawan dan konsumen di Mega Mall Bengkulu.

b) Observasi

Observasi adalah salah satu cara pengumpulan data dengan menggunakan pengamatan atau penginderaan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses atau perilaku.<sup>33</sup> Dalam observasi, peneliti mengamati aktivitas sehari-hari individu dan secara hati-hati melaporkan perilakunya. Observasi dilakukan di rumah, sekolah, kantor, tempat bermain, di jalanan, di tempat pesta dan lain sebagainya.<sup>34</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa observasi adalah salah satu cara pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan mengamati secara langsung terhadap objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Peneliti melakukan observasi atau pengamatan terhadap Perspektif hukum Islam mengenai jual beli produk tiruan di Mega Mall Bengkulu.

c) Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang tertulis.<sup>35</sup> Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen, peraturan-peraturan notulen rapat, laporan bulanan dan sebagainya,

---

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 203.

<sup>34</sup> Sumanto, *Psikologi Perkembangan...*, h. 179.

<sup>35</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik...*, h. 158.

dimana metode dokumentasi ini digunakan untuk mengambil data tertulis yang relevan dengan peneliti.

Teknik dokumentasi dalam penelitian digunakan untuk memperoleh data dokumentatif dari tempat penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini meliputi foto-foto dan data-data dokumentasi di Mega Mall Bengkulu.

## **6. Teknik Analisis Data**

Analisis dilakukan dengan telaah terhadap fenomena atau peristiwa secara keseluruhan bagian-bagian yang membentuk fenomena-fenomena tersebut serta hubungan keterkaitan. Dalam penelitian ini setelah data terkumpul kemudian diklasifikasikan sesuai dengan pokok permasalahan, lalu data tersebut diperiksa kembali dengan teliti sesuai pokok masalah secara cermat. Melakukan analisis bertujuan untuk memahami struktur suatu fenomena-fenomena yang berlaku di lapangan.

Menurut Sugiyono analisis kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil pengamatan observasi, wawancara, catatan lapangan, dan studi dokumentasi, mengorganisasikan data kesintesisan menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>36</sup> Menurut Iskandar melakukan analisis berarti melakukan kajian untuk memahami struktur suatu fenomena yang berlaku di lapangan,

---

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif...*, h. 58.

analisis data dalam penelitian kualitatif terdapat dua model yaitu analisis model Miles dan Huberman dan analisis model Spydley.<sup>37</sup>

Penelitian ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman melalui langkah-langkah sebagai berikut:

a) Reduksi data

Reduksi data merupakan proses mereduksi data dan yang dilakukan adalah merangkum, mengambil data yang penting saja, hal ini dikarenakan data yang ditemukan di lapangan cukup banyak sehingga harus disaring menjadi lebih terarah.

b) Penyajian data

Setelah reduksi data, langkah selanjutnya penyajian data, data yang telah diperoleh disajikan dalam bentuk daftar kategori setiap data yang didapat dengan berbentuk naratif. Dengan melakukan penyajian data akan mempermudah untuk memahami apa yang telah dipahami tersebut.

c) Mengambil kesimpulan

Selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan awal yang bersifat sementara dan akan berubah jika ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Untuk menghindari kesalahan interpretasi hasil analisis data, maka dilakukan verifikasi dari temuan di lapangan sehingga dapat disusun suatu kesimpulan akhir.

---

<sup>37</sup> Iskandar, *Metodelogi Penelitian Pendidikan Sosial*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2008), h. 220-222.

## **H. Sistematika Penulisan**

Agar penulisan ini lebih mengarah pada tujuan pembahasan, maka diperlukan sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, dimana antara satu bab dan bab lainnya saling mendasari dan berkaitan. Adapun sistematika dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

BAB I: Pendahuluan yang berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II: Membahas Jual Beli dan Produk Tiruan yang berisi Jual Beli, Pengertian, Dasar Hukum, Rukun dan Syarat Jual Beli, Bentuk-Bentuk Jual Beli Yang Dilarang, Hikmah Disyari'atkannya Jual Beli, serta Produk Tiruan dan Klasifikasinya.

BAB III: Membahas Deskripsi Mega Mall yang berisi Profil Mega Mall dan Produk Tiruan di Mega Mall

BAB IV: Membahas Jual Beli Produk Tiruan Dalam Perspektif Hukum Islam yang berisi Faktor Yang Mempengaruhi Jual Beli Produk Tiruan dan Perspektif Hukum Islam Mengenai Jual Beli Produk Tiruan.

BAB V: Penutup yang meliputi Kesimpulan dan Saran.

Daftar Pustaka.

## **BAB II**

### **JUAL BELI DAN PRODUK TIRUAN**

#### **A. Jual Beli**

##### **1. Pengertian Jual Beli**

Jual beli menurut etimologi atau bahasa diartikan sebagai pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain. Sedangkan menurut terminologi atau istilah yang dimaksud dengan jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah disepakati dan dibenarkan syara'.<sup>1</sup> Karena itu dalam pelaksanaannya diperlukan penuh kerelaan tanpa kecurangan dan kebathilan.<sup>2</sup>

Jual beli menurut ulama Malikiyah ada dua macam, yaitu jual beli yang bersifat umum dan jual beli yang bersifat khusus. Jual beli dalam artian umum adalah perikatan tukar-menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan kenikmatan. Perikatan adalah akad yang mengikat kedua belah pihak, sedangkan tukar menukar yaitu salah satu pihak menyerahkan ganti penukaran atas sesuatu yang ditukarkan oleh pihak lain. Dan sesuatu yang bukan manfaat ialah bahwa benda yang ditukarkan adalah dzat (berbentuk), ia berfungsi sebagai objek penjualan, jadi bukan manfaatnya atau bukan hasilnya. Sedangkan jual beli dalam arti khusus adalah tukar

---

<sup>1</sup> Istikomah dan Dira Rahmayeti, "Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Member Card Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Jurnal Manhaj, Volume 4 Nomor 1, Maret 2019. h. 36-37.

<sup>2</sup> Abdul Djamali, *Hukum islam*, (Bandung: Mandar Maju, 1992), h. 141.

menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan bukan juga kenikmatan tetapi memiliki daya tarik, bentuk penukarannya bukan emas atau bukan juga perak dan bendanya tidak ditanggihkan, tidak merupakan utang baik barang itu ada dihadapan si pembeli maupun tidak, barang yang sudah diketahui sifat-sifatnya atau sudah diketahui terlebih dahulu.<sup>3</sup>

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

Islam memberikan pedoman atau aturan hukum dalam bermuamalah, setiap muslim akan diuji nilai keagamaan dan kehati-hatiannya serta konsistensinya dalam ajarang-ajaran Allah swt.

Terkait dengan aturan hukum dalam bermuamalah, Allah berfirman dalam QS. al-Qashash ayat 77, berikut ini:

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ آتَنَّاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya:

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2014), h. 69-70.

<sup>4</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h.

Kemudian ayat diatas yang menjelaskan tentang aturan hukum dalam bermuamalah diperjelas dengan ayat yang menerangkan bagaimana cara setiap muslim untuk menghindarkan diri dari api neraka, Allah berfirman dalam QS. as-Shaff ayat 10-11, berikut ini:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تَجْرَةٍ تُنَجِّكُمْ مِّنْ عَذَابِ ٱلْأَلِيمِ ۖ  
 تُوَٰمِنُونَ بِٱللَّهِ وَرَسُولِهِۦ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ ٱللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ذَٰلِكُمْ  
 خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعَاْمُونَ ﴿١١﴾

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, maukah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? Yaitu kamu beriman kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.”<sup>5</sup>

Salah satu bidang dalam muamalah adalah jual beli. Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia, yang mempunyai landasan kuat dalam al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah saw.<sup>6</sup> Obyek perjanjian jual beli setidak-tidaknya dapat ditentukan ujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada si pembeli. Karena hal ini merupakan salah satu syarat untuk sahnya perjanjian, menurut hukum.<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h. 441.

<sup>6</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 68.

<sup>7</sup> Djoko Prakoso dan Bambang Riyadi Lany, *Dasar Hukum Persetujuan Tertentu di Indonesia*, (Jakarta: Bina Aksara, 1987), h. 2.

Terkait dengan dasar hukum jual beli, Allah berfirman dalam QS. al-Baqarah ayat 275, berikut ini:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ  
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا  
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا  
خَالِدُونَ

Artinya:

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”<sup>8</sup>

Dan terkait dengan dasar hukum jual beli dalam as-Sunnah, sabda Rasulullah saw yang diriwayatkan dari Rifa’i ibn Rafi’ berikut ini:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ  
أَطْيَبُ؟ قَالَ: (عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ) رَوَاهُ الْبَزَّازُ،  
وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

<sup>8</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h.

Artinya:

Dari Rifa'ah Ibnu Rafi' bahwa Nabi Shallallaahu ‘alaihi wa Sallam pernah ditanya “Pekerjaan apakah yang paling baik?” lalu Nabi saw, bersabda "Pekerjaan seseorang yang menggunakan tangannya dan disetiap jual-beli yang bersih." Riwayat al-Bazzar. Hadits shahih menurut Hakim.<sup>9</sup>

Dari ayat al-Qur’an dan Sunnah, sabda Rasulullah saw di atas dapat diambil kesimpulan bahwa hukum jual beli itu mubah (boleh) akan tetapi hukum jual beli bisa berubah dalam situasi tertentu.

### 3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, supaya jual beli itu dapat dikatakan Sah oleh *Syara'*. Jumhur ulama mengatakan rukun jual beli itu ada empat,<sup>10</sup> yaitu:

- a) Adanya orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli)
- b) Ada *Shighat* (lafas Ijab dan Kabul)
- c) Ada barang yang dibeli
- d) Ada nilai tukar pengganti barang

Adapun syarat-syarat jual beli yang sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan jumhur ulama diatas sebagai berikut:

- a) Syarat-syarat orang yang berakad

Dalam kaidah fikih, akad didefinisikan sebagai pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan).<sup>11</sup> Para ulama *fiqh* sepakat bahwa

---

<sup>9</sup> Imam Ahmad ibn Hanbal, *al-Musnad al-Imam Amad Ibn Hanbal*, Jilid 4, (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 1993), h. 141.

<sup>10</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat...*, h. 71.

<sup>11</sup> Eka Nuraini Rachmawati & Ab Mumin, “Akad Jual Beli Dalam Perspektif Fikih Dan Praktiknya Di Pasar Modal Indonesia”, *Jurnal Al-Adalah*, Volume XII Nomor 4, Desember 2015. h. 786.

orang yang melakukan akad jual beli itu harus memenuhi syarat,<sup>12</sup> yaitu:

- (1) Berakal. Oleh sebab itu, jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah.
- (2) Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda, artinya seseorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli.

b) Syarat-syarat yang terkait dengan ijab kabul

Dalam kaidah fikih, kabul (pernyataan penerimaan ikatan) yang berpengaruh kepada objek perikatan sehingga terjadi perpindahan kepemilikan dari satu pihak kepada pihak yang lain.<sup>13</sup> Para ulama *fiqh* mengemukakan bahwa syarat ijab dan Kabul adalah sebagai berikut:<sup>14</sup>

- (1) Orang yang mengucapkannya telah balig dan berakal.
- (2) Kabul sesuai dengan ijab.
- (3) Ijab dan Kabul itu dilakukan dalam satu majelis.

c) Syarat-syarat barang yang diperjual belikan

Syarat-syarat yang terkait dengan barang yang diperjual belikan sebagai berikut:

- (1) Benda yang diperjual belikan bukanlah najis atau diharamkan.
- (2) Dapat dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan Syari'ah Islam.

---

<sup>12</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 71.

<sup>13</sup> Eka Nuraini Rachmawati & Ab Mumin, "Akad Jual Beli Dalam Perspektif Fikih Dan Praktikanya Di Pasar Modal Indonesia"..., h. 786.

<sup>14</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*..., h. 72-73.

- (3) Milik orang yang melakukan akad.
- (4) Pihak penjual mampu menyerahkan barang yang dijadikan sebagai obyek jual beli.
- (5) Mengetahui keadaan barang baik hitungan, takaran, timbangan atau kualitasnya.
- (6) Barang yang diakadkan ada ditangan.<sup>15</sup>

d) Syarat-syarat nilai tukar

Para ulama *fiqh* mengemukakan syarat-syarat harga pasar yang berlaku ditengah-tengah masyarakat secara aktual (*Al-Tsaman*) sebagai berikut:

- (1) Harga yang sudah disepakati jumlahnya harus jelas.
- (2) Boleh diserahkan pada waktu akad, apabila harga barang itu dibayar kemudian (berutang) maka waktu pembayarannya harus jelas.
- (3) Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang (*Al-Muqayadhah*) maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan oleh syara'.

#### 4. Bentuk-bentuk Jual Beli yang Dilarang

Jual beli yang dilarang terbagi menjadi dua: *pertama*, jual beli yang dilarang dan hukumnya tidak sah (batal), yaitu jual beli yang tidak memenuhi syarat dan rukunnya. *Kedua*, jual beli yang hukumnya sah

---

<sup>15</sup> Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1994), h. 37-40.

tetapi dilarang, yaitu jual beli yang telah memenuhi syarat dan rukunnya tetapi ada beberapa faktor penghalang kebolehan jual beli tersebut.<sup>16</sup>

a) Jual beli terlarang karena tidak terpenuhi syarat dan rukun:

- (1) Jual beli barang yang zatnya haram atau najis, dilarang untuk diperjualbelikan.
- (2) Jual beli yang belum jelas, karena dapat merugikan salah satu pihak, baik penjual, maupun pembeli.
- (3) Jual beli bersyarat, jual beli yang ijab kabulnya dikaitkan dengan syarat tertentu yang tidak ada kaitannya dengan jual beli tersebut.
- (4) Jual beli yang menimbulkan kemudharatan, hukumnya haram.
- (5) Jual beli *muhaqalah*, yaitu menjual tanam-tanaman yang masih di sawah atau di ladang.
- (6) Jual beli *mukhadharah*, yaitu menjual buah-buahan yang masih hijau (belum pantas dipanen).
- (7) Jual beli *mulamasah*, yaitu jual beli secara sentuh menyentuh.
- (8) Jual beli *munabadzah*, yaitu jual beli secara lempar melempar.
- (9) Jual beli *muzabanah*, yaitu menjual buah yang basah dengan buah yang kering.<sup>17</sup>

b) Jual beli terlarang karena ada faktor lain yang merugikan pihak-pihak terkait.

- (1) Jual beli dari orang yang masih melakukan tawar-menawar.
- (2) Jual beli dengan menghadang pedagang diluar kota / pasar.

---

<sup>16</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat...*, h. 80.

<sup>17</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat...*, h. 81-87.

(3) Membeli barang dengan memborong untuk ditimbun, kemudian akan dijual ketika harga naik karena kelangkaan barang tersebut.

(4) Jual beli barang rampasan atau curian.

## 5. Hikmah di Syari'atkannya Jual Beli

Dalam jual beli jika tidak disyariatkan sebuah jalan yang adil tentunya akan menimbulkan kemudaratatan dan kerusakan bagi kehidupan. Pensiari'atan jual beli ini tujuannya untuk memberikan keleluasaan kepada manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Karena kebutuhan manusia berhubungan dengan apa yang ada ditangan sesamanya. Semuanya itu tidak akan terpenuhi tanpa adanya saling tukar menukar.<sup>18</sup>

Islam telah mensyari'atkan kepada manusia bahwa terpenuhinya kebutuhan sehari-hari harus dengan jalan suka sama suka diantara kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Maka seseorang tidak boleh mengambil harta orang lain secara paksa. Dengan demikian, pensiari'atan jual beli ini terdapat hikmah dan rahmat dari hukum Allah swt.<sup>19</sup>

Sebagai mana firmanNya dalam QS. al-Maidah: 50, berikut ini:

أَفْحَكَمَ الْجَاهِلِيَّةِ يَبْغُونَ وَمَنْ أَحْسَنُ مِنَ اللَّهِ حُكْمًا لِقَوْمٍ يُوقِنُونَ ﴿٥٠﴾

Artinya:

“Apakah hukum Jahiliyah yang mereka kehendaki, dan hukum siapakah yang lebih baik daripada hokum Allah bagi orang-orang yang yakin?”<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), h. 16.

<sup>19</sup> Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli...*, h. 16-17.

<sup>20</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h.

## **B. Produk Tiruan dan Klasifikasinya**

### **1. Pengertian Produk Tiruan**

Produk adalah sesuatu yang bisa diraba maupun tidak, seperti bungkus, warna, harga, pelayanan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan mereka. Produk juga merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan. Jadi produk memiliki pengertian yang lebih luas daripada sekedar bentuk secara fisik tetapi ia juga meliputi segala variabel yang menyertainya seperti kemasan, merek, dan label yang dapat ditawarkan kepada pasar dan dapat memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen.<sup>21</sup>

Produk imitasi adalah produk tiruan atau bukan asli.<sup>22</sup> Tiruan disini maksudnya adalah produk yang dibuat sama persis dengan produk aslinya atau sedikit menyerupai dari produk asli. Setiap perusahaan atau usaha yang mengkhususkan diri sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran maka kebijaksanaan produk yang dipasarkan tersebut adalah merupakan alat untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen, hal ini perlu diketahui oleh perusahaan agar perusahaan yang bersangkutan dapat melayaninya. Melayani konsumen-konsumen berdasarkan kebutuhan berarti perusahaan perlu menggunakan konsep dalam pemasaran agar tujuan dari perusahaan tercapai.

---

<sup>21</sup> Swastha, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: HPFE, 1997), h. 165.

<sup>22</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*,... h. 528.

Bagi konsumen mutu produk dikatakan tinggi apabila mereka dapat mempergunakan produk dalam jangka panjang tanpa kesulitan yang berarti, tidak mudah rusak, serta mudah menggunakannya dan memperbaikinya. Bentuk dan desain produk dapat mempengaruhi kehandalan menjalankan fungsinya. Dalam hal ini produsen terus menerus mengembangkan bentuk, model dan desain produk mereka, sehingga kehandalan produk itu menjalankan fungsi utamanya tetap menonjol.<sup>23</sup>

## 2. Klasifikasi Produk Tiruan

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

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

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

b) Barang tahan lama (*durable goods*)

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

---

<sup>23</sup> Swastha, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: HPFE, 1997), h. 172.

c) Jasa (*services*)

Jasa merupakan aktivitas yang memberikan manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya adalah bengkel, salon kecantikan, kursus, hotel, lembaga pendidikan, dan lain-lain.<sup>24</sup>

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

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

a) *Convenience goods*

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

(1) *Staples* adalah barang yang dibeli konsumen secara rutin, misalnya sabun mandi dan pasta gigi.

---

<sup>24</sup> Philip Kotler, *Problematika Pemasaran dan Solusinya*, (Jakarta: Prenhallido, 1997), h. 54.

(2) *Impulse goods* merupakan barang yang dibeli tanpa perencanaan terlebih dahulu atau usaha dalam mencarinya, biasanya tersedia diberbagai tempat. Contohnya adalah permen, coklat, majalah.

(3) *Emergency goods* adalah barang yang dibeli jika suatu kebutuhan tersebut sangat mendesak, misalnya payung dan jas hujan dimusim hujan.<sup>25</sup>

b) *Shopping goods*

*Shopping goods* adalah barang-barang yang pada saat pemilihan dan pembeliannya dibandingkan terlebih dahulu diantara berbagai alternatif yang tersedia. Perbandingan tersebut diantaranya meliputi harga, kualitas, dan model masing-masing barang. Contohnya adalah alat-alat rumah tangga, pakaian, dan *furniture*. *Shopping goods* terdiri atas dua jenis, yaitu :

(1) *Homogeneous shopping goods* merupakan barang-barang yang dianggap serupa dalam hal kualitas tetapi cukup berbeda dalam harga. Contohnya adalah *tape recorder*, TV, dan mesin cuci.

(2) *Heterogeneous shopping goods* merupakan barang-barang yang karakteristik atau ciri-cirinya dianggap lebih penting daripada aspek harganya. Contohnya perlengkapan rumah tangga, mebel, dan pakaian.

---

<sup>25</sup> Philip Kotler, *Problematika Pemasaran dan Solusinya...*, h. 55.

c) *Specialty goods*

*Specialty goods* merupakan barang-barang yang memiliki karakteristik dan identifikasi merek yang unik membuat konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya. Seperti mobil Lamborghini, kamera Nikon, dan lain-lain.

d) *Unsought goods*

*Unsought goods* merupakan barang-barang yang umumnya belum terpikirkan untuk dibeli. Ada dua jenis *unsought goods*, yaitu:

(1) *Regularly unsought goods* adalah barang-barang yang sebetulnya sudah diketahui tetapi tidak terpikirkan untuk membelinya.

(2) *New unsought goods* adalah barang yang benar-benar baru dan sebelumnya belum pernah diketahui. Jenis barang ini adalah hasil inovasi dan pengembangan produk lama menjadi produk baru, sehingga belum banyak yang mengetahuinya.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Philip Kotler, *Problematika Pemasaran dan Solusinya...*, h. 57.

## **BAB III**

### **DESKRIPSI MEGA MALL**

#### **A. Profil Mega Mall Bengkulu**

##### **1. Sejarah Mega Mall Bengkulu**

Sejarah panjang berdirinya Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu dikarenakan pada zaman Walikota H.A. Chalik Effendie ingin meningkatkan pasar tradisional menjadi pasar modern sebagai langkah untuk mewujudkan mimpi kota metropolitan. Memang pada saat itu, Kota Bengkulu merupakan satu-satunya ibu kota provinsi yang tak memiliki mall atau pusat perbelanjaan modern. Untuk mewujudkan mimpi jadi kota metropolitan, pada saat itu pemerintah daerah tidak memiliki anggaran yang cukup, namun memiliki lahan seluas 2 hektare.<sup>1</sup>

Hal ini membuat pemerintah mencari investor untuk mewujudkan keinginan pemda dalam peningkatan pasar, dan PT Tigadi Lestari merupakan pihak pengembang yang melakukan perjanjian kerjasama dalam pengelolaan pasar modern tersebut. Pada tahun 2004 bangunan PTM mulai didirikan, dan selesai pada tahun 2006 yang langsung diresmikan pada bulan Januari.

Pada tahun 2007 pihak pengembang membangun Mega Mall yang selesai pada tahun 2008. Mega Mall adalah pusat perbelanjaan terbesar di Bengkulu dan merupakan pusat perbelanjaan yang berkonsep untuk

---

<sup>1</sup> Teuku Zulkarnain, <https://bengkuluekspress.com/kisah-berdirinya-ptm/> (di akses pada Senin 17 Juni 2019 pukul 14:30 WIB).

menyediakan seluruh kebutuhan keluarga dalam satu tempat. Mall ini terdiri dari dua lantai dengan beberapa penyewanya yang sudah terkenal sebagai perusahaan besar baik skala nasional maupun internasional seperti Gramedia, Giant, California Fried Chicken, dan masih banyak lagi. Dibawah naungan Yohanes Le sebagai Direktur Operasional Mega Mall.

Sejak berdirinya Mega Mall ini maka membuat pedagang ingin pindah ke PTM, karena Mall tersebut memiliki jumlah pengunjung yang cukup banyak sebagai tempat hiburan dan makan-makan. Kemudian pengunjung ini juga masuk ke PTM untuk berbelanja.

## **2. Lokasi Mega Mall Bengkulu**

Mega Mall Bengkulu terletak di Jl. KZ Abidin II Pasar Minggu, Ratu Samban, Kota Bengkulu. Dengan keadaan penjual yang beragam. Penjual berasal dari berbagai daerah yang ada di dalam maupun luar Kota Bengkulu. Lokasi Mega Mall ini terletak pusat Kota, tepatnya di lingkungan Pasar Tradisional Kota Bengkulu. Masyarakat menilai Mega Mall lebih aman dan nyaman karena didukung oleh fasilitas yang lengkap dan menyediakan seluruh kebutuhan keluarga dalam satu tempat.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Observasi pada hari Sabtu 15 Juni 2019 pukul 10:00 WIB.

### 3. Visi dan Misi Mega Mall Bengkulu

Mega Mall memiliki visi dan misi sebagai pusat perbelanjaan yang menyediakan seluruh kebutuhan keluarga dalam satu tempat. Dengan visi dan misi tersebut diharapkan masyarakat menjadi lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dan keluarga, bahkan bisa sekaligus menjadi tempat hiburan anggota keluarga pada hari libur. Sesuai dengan visi dan misinya yang menyediakan seluruh kebutuhan keluarga.<sup>3</sup>

### 4. Kelebihan dan Kekurangan Mega Mall Bengkulu

Walaupun Mega Mall menyediakan seluruh kebutuhan masyarakat, pusat perbelanjaan ini juga memiliki kelebihan dan kelemahan seperti:

a) Kelebihan Mega Mall Bengkulu<sup>4</sup>

- (1) Dilengkapi dengan AC dan keamanan CCTV.
- (2) Dilengkapi dengan fasilitas Eskalator, Lift, toilet dan mushola yang bersih.
- (3) Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin.
- (4) Barang yang dijual memiliki variasi jenis yang beragam, selain menjual barang lokal Mall juga menjual berbagai barang impor.

---

<sup>3</sup> Observasi pada hari Sabtu 15 Juni 2019 pukul 10:00 WIB.

<sup>4</sup> Observasi pada hari Sabtu 15 Juni 2019 pukul 10:00 WIB.

- (5) Toko tertata rapi sehingga memudahkan pembeli untuk mencari kebutuhannya.
  - (6) Kebersihan selalu terjaga karena ada karyawan yang selalu membersihkan.
  - (7) Barang bisa dilihat dan dicoba secara langsung.
  - (8) Jam buka yang lebih panjang daripada pasar tradisional.
  - (9) Tingkat keamanan parkir lebih tinggi sehingga mengurangi resiko pencurian.
- b) Kelemahan Mega Mall Bengkulu<sup>5</sup>
- (1) Harga lebih mahal daripada pasar tradisional.
  - (2) Usaha kecil tersaingi oleh Mall.
  - (3) Barang yang dijual dikenai pajak.
  - (4) Pembeli tidak bisa melakukan tawar-menawar harga barang yang hendak dibelinya, karena harga telah ditetapkan.
  - (5) Di Mall dapat terjadi kecenderungan membeli sesuatu yang tidak diperlukan karena Mall menyediakan banyak produk yang mereka tawarkan disana.
  - (6) Biaya sewa toko yang cenderung lebih mahal daripada pasar tradisional.
  - (7) Persaingan di Mega Mall Bengkulu ketat karena hampir semua produk ada disana.

---

<sup>5</sup> Observasi pada hari Sabtu 15 Juni 2019 pukul 10:00 WIB.

- (8) Harus mengatur stok barang dan itu sangat merepotkan jika Mall terletak jauh dari lokasi pengambilan barang.

## **5. Jam Operasional Mega Mall Bengkulu**

Mega Mall memiliki jam operasional, Senin: 9:00 AM - 9:00 PM, Selasa: 9:00 AM - 9:00 PM, Rabu: 9:00 AM - 9:00 PM, Kamis: 9:00 AM - 9:00 PM, Jum'at: 9:00 AM - 9:00 PM, Sabtu: 9:00 AM - 9:30 PM, Minggu: 9:00 AM - 9:30 PM.<sup>6</sup>

## **6. Struktur Organisasi Mega Mall Bengkulu**

Dibentuknya struktur organisasi di Mega Mall Bengkulu adalah untuk memberi batas kewenangan terhadap setiap bagian atau setiap unit kerja yang ada, sehingga mereka dapat mempertanggung jawabkan apa yang dikerjakannya. Lebih jelasnya dibawah ini dapat dilihat uraian tugas organisasi di Mega Mall Bengkulu:

- a) Direktur operasional adalah seorang yang mengepalai Mall yang berkedudukan sebagai unsur pelaksana di bidang operasional yang mempunyai tanggung jawab dan tugas sebagai berikut:

- (1) Melaksanakan segala usaha dan kegiatan pengaturan pemungutan, pengumpulan dan pemasukan pendapatan daerah di bidang pengelolaan Mall berdasarkan kebijaksanaan yang ditetapkan oleh kepala daerah dan perundang-undangan yang berlaku.

---

<sup>6</sup> Observasi pada hari Sabtu 15 Juni 2019 pukul 10:00 WIB.

- (2) Mengkoordinasikan seluruh usaha dibidang pengelolaan Mall dalam berdasarkan ketentuan-ketentuan baik yang telah digariskan oleh pemerintah daerah maupun instansi yang tinggi.
  - (3) Mengikuti perkembangan keadaan secara terus-menerus dan memperhatikan akibat atau pengaruh-pengaruh dari keadaan itu terhadap pelaksanaan tugas pokok.
  - (4) Mengumpulkan, mengelompokkan dan mengolah data dan bahan-bahan mengenai atau yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas pokok.
  - (5) Membuat rancangan dan program yang diperlukan bagi penyelenggaraan tugas pokok.
  - (6) Melaksanakan tugas-tugas lain dengan tugas dan fungsi sebagai direktur operasiona.<sup>7</sup>
- b) Bidang Keuangan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- (1) Merumuskan dan mengkoordinasikan pembinaan bidang keuangan.
  - (2) Melakukan verifikasi harian atas penerimaan.
  - (3) Menyiapkan laporan keuangan.
  - (4) Merencanakan program kerja pengelolaan biaya operasional rumah tangga.

---

<sup>7</sup> Teuku Zulkarnain, <https://bengkuluekspress.com/kisah-berdirinya-ptm/> (di akses pada Senin 17 Juni 2019 pukul 14:30 WIB).

(5) Melaporkan laporan keuangan secara lisan maupun tertulis kepada atasan.

c) Bidang Restribusi mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

(1) Merumuskan dan melaksanakan pengelolaan dan pembinaan kekaryawanan, tata usaha, umum, rumah tangga dan perlengkapan serta kearsipan.

(2) Merumuskan dan melaksanakan kegiatan dokumentasi serta pengolahan data dan informasi yang berhubungan dengan bidang kekaryawanan di Mega Mall.

(3) Merumuskan dan melaksanakan pengembangan Mall dibidang restribusi pengelolaan Mall khususnya yang menyangkut teknis administrasi.<sup>8</sup>

d) Bidang perencanaan, mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

(1) Merumuskan dan melaksanakan penempatan-penempatan penjual.

(2) Merumuskan dan melaksanakan kegiatan penyediaan tempat usaha para pedagang di Mega Mall.

(3) Merumuskan pendataan jumlah para penjual di Mega Mall.

---

<sup>8</sup> Teuku Zulkarnain, <https://bengkuluekspress.com/kisah-berdirinya-ptm/> (di akses pada Senin 17 Juni 2019 pukul 14:30 WIB).

e) Bidang Kebersihan dan Ketertiban, mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

- (1) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan penyusunan ketertiban dan kebersihan serta penyusunan rencana kerja tahunan.
- (2) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pengaturan serta penyelesaian masalah ketertiban dan kebersihan.
- (3) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan di bidang ketertiban, keamanan, dan kebersihan Mega Mall.

## **7. Macam-Macam Kebutuhan Yang Disediakan**

Mega Mall Bengkulu yang awalnya memiliki dua lantai sekarang sudah berkembang menjadi tiga lantai dan dilengkapi dengan fasilitas seperti toilet disetiap lantai serta fasilitas musala di lantai dua agar penjual dan pembeli tidak ketinggalan untuk beribadah.

Setiap lantai menyediakan kebutuhan yang beragam dan kebutuhan-kebutuhan tersebut tersebar dalam tiga lantai Mega Mall, dengan rincian sebagai berikut:<sup>9</sup>

Lantai satu Mega mall Bengkulu terdiri dari 20 toko yang memiliki papan nama dan 5 toko yang tidak memiliki papan nama, ini meliputi 5 toko penjual makanan, 1 toko optik, 3 toko elektronik, 2 toko jam, 1 toko kosmetik, 1 toko sepatu, 1 toko aksesoris dan 11 toko busana.

---

<sup>9</sup> Observasi pada hari Sabtu 15 Juni 2019 pukul 10:00 WIB.

Lantai dua Mega mall Bengkulu terdiri dari 54 toko yang memiliki papan nama dan 11 toko yang tidak memiliki papan nama. ini meliputi 1 Grai Samsat, 3 toko parfum, 3 toko aksesoris, 6 toko sepatu, 2 toko jam dan 50 toko busana.

Lantai tiga Mega mall Bengkulu terdiri dari 8 toko yang memiliki papan nama dan 2 toko yang tidak memiliki papan nama, ini meliputi 1 Fun city, 1 cinema 21, 1 Gramedia, 2 toko aksesoris dan 5 tempat makan.

## 8. Jumlah Penjual

Jumlah penjual yang menyewa toko di Mega Mall Bengkulu 100 orang penjual dan 170 orang karyawan, dengan rincian sebagai berikut:

a) Berdasarkan posisi.<sup>10</sup>

Jumlah penjual berdasarkan posisi adalah 270 orang, lebih jelas dapat dilihat pada table dibawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Penjual di Mega Mall Bengkulu**  
**Berdasarkan Posisi Tahun 2018/2019**

NO	Posisi	Jumlah (Orang)
1	Pedagang	100
2	Karyawan	170

---

<sup>10</sup> Observasi pada hari Sabtu 15 Juni 2019 pukul 10:00 WIB.

b) Berdasarkan jenis kelamin.<sup>11</sup>

Jumlah penjual berdasarkan jenis kelamin adalah 270 orang, lebih jelas dapat dilihat pada table dibawah ini:

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Penjual di Mega Mall Bengkulu**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2018/2019**

<b>NO</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>
1	Laki-laki	87
2	Perempuan	183

c) Berdasarkan kepemilikan papan nama.<sup>12</sup>

Jumlah penjual berdasarkan kepemilikan papan nama adalah 270 orang, lebih jelas dapat dilihat pada table dibawah ini:

**Tabel 3.3**  
**Jumlah Penjual di Mega Mall Bengkulu**  
**Berdasarkan Kepemilikan Papan Nama Tahun 2018/2019**

<b>NO</b>	<b>Kepemilikan papan nama</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>
1	Memiliki papan nama	250
2	Tidak memiliki papan nama	20

---

<sup>11</sup> Observasi pada hari Sabtu 15 Juni 2019 pukul 10:00 WIB.

<sup>12</sup> Observasi pada hari Sabtu 15 Juni 2019 pukul 10:00 WIB.

## B. Produk Tiruan di Mega Mall Bengkulu

### 1. Sepatu

Sepatu menjadi produk yang sangat digemari di kalangan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, setiap perusahaan sepatu bersaing menciptakan produk yang bermutu dan menarik konsumen. Banyak produk sepatu impor yang terus memasuki pasar dalam negeri menjadi penyebab persaingan yang semakin kompetitif. Tujuan dari pemasar sekarang tidak hanya membuat keuntungan, tetapi untuk memiliki basis pelanggan setia.

Niat pembelian ditentukan dan dipengaruhi oleh banyak faktor dan motif dari konsumen. Ada tiga faktor yang mempengaruhi sikap dan niat pembelian konsumen yaitu kelompok referensi, kesadaran harga, dan pengalaman pada produk.<sup>13</sup> Anak muda adalah fokus utama dari banyak bisnis pada masa kini karena mereka bertindak sebagai pemimpin opini dan *trendsetter* yang memainkan peran penting dalam pemasaran dan promosi produk yang tidak disengaja atau tidak langsung.

Banyak pertimbangan yang menyebabkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, termasuk diantaranya adalah fashion style. Untuk mendukung fashion style barang-barang impor yang dijual biasanya dari Batam, Vietnam, China, Korea, Malaysia, Singapore dan Thailand, barang yang di impor seperti sepatu yang bermerk Al star, Vans, Filla, Adidas dan Nike.

---

<sup>13</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta:Liberty, 1990), h. 105.

## 2. Tas

Tas digunakan oleh semua kalangan, baik kalangan atas maupun kalangan bawah, pria maupun wanita di segala usia. Selain untuk menaruh barang, tas juga berfungsi untuk mendukung penampilan dan memberikan kenyamanan saat memakainya, serta desain yang selalu mengikuti zaman adalah hal yang penting. Sama halnya dengan pakaian, pemakaian tas yang tepat juga mampu menunjang penampilan seseorang.

Berbagai koleksi tas terkini ditawarkan dengan harga yang beragam dan bersaing serta terjangkau. Dengan adanya persaingan seperti ini, sebagai pelanggan tentu saja bisa mengambil manfaat dari hal tersebut. Pelanggan bisa memilih dan membandingkan penjual yang menjual tas dengan harga yang murah namun berkualitas, yang nantinya akan menjadi pilihan terbaik bagi pelanggan.<sup>14</sup>

Keberadaan sebuah tas bagi seseorang, khususnya wanita sudah menjadi suatu keharusan. Umumnya wanita selalu menyertakan tas untuk melengkapi penampilannya, terutama saat mereka sedang berpergian seperti tas yang bermerk Gucci, Chanel, Louis Vuitton (LV), Zara dan Hermes. Untuk penunjang stylish wanita, ada banyak jenis tas yang berbeda ukuran dan modelnya yang wanita gunakan di setiap aktivitas. Salah satunya tas selempang, baik berukuran besar maupun berukuran kecil, tas selempang ini mempunyai tali panjang sehingga bisa digunakan kapanpun dimanapun seseorang pergi.

---

<sup>14</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, h. 112.

**BAB IV**  
**JUAL BELI PRODUK TIRUAN**  
**DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**

**A. Faktor Yang Mempengaruhi Jual Beli Produk Tiruan**

**1. Faktor Yang Mempengaruhi Penjual Dalam Jual Beli Produk Tiruan**

Dalam rangka mencari informasi atau data tentang faktor yang mempengaruhi penjual dalam jual beli produk tiruan yang diperlukan dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah. Dengan melakukan wawancara kepada lima orang pemilik toko dan lima orang karyawan yang berhubungan dengan masalah yang diangkat.

Dilapangan menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penjual dalam jual beli produk tiruan yaitu:

a) Pengenalan terhadap merek

Merek adalah salah satu komponen penting dalam melakukan bisnis. Dengan adanya merek, konsumen akan dapat lebih mudah mengidentifikasi suatu produk dari saingan lainnya. Konsumen juga menjadi lebih percaya dan yakin terhadap produk yang memiliki merek.<sup>1</sup> Hal ini menjadi faktor yang mempengaruhi para penjual, maka dari itu sangatlah penting bagi penjual untuk mengetahui produk bermerek apa yang sedang tinggi diminati oleh masyarakat.

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2012), h. 34.

Seperti yang diungkapkan Septia Ulandari sebagai pemilik toko Jenzki Shoes, ia mengatakan bahwa:

Mbak berjualan di sini mulai tahun 2014, awalnya toko mbak baru satu waktu pertama kali jualan di Mega Mall. Alasan mbak memilih berjualan di Mega Mall karena tempat lebih nyaman dan ramai, fasilitas di Mega Mall juga bagus. Mbak sebagai pemilik toko, memiliki karyawan dua orang namanya Della dan Hani yang membantu mbak mengelolah toko. Barang-barang di toko mbak ini asli impor semua, barang bermerek yang paling laku atau paling diminati kalau di toko mbak ini tergantung seberapa dikenal (*hits*) merek sepatunya. Pembeli yang langganan ditoko mbak ini alhamdulillah sudah ada walaupun belum terlalu banyak dek. Ada kesepakatan dengan pembeli untuk penukaran barang waktu diawal pembelian dengan alasan yang pasti. Pembeli yang sering datang untuk berbelanja di sini sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing dek, misal seumuran remaja pasti mencari sepatu untuk gaya-gayaan kalau bapak-bapak yang dicari biasanya sepatu untuk olahraga sedangkan ibu-ibu yang dicari biasanya sepatu untuk kantor.<sup>2</sup>

Hal ini juga diungkapkan oleh Della Oktavia sebagai karyawan toko Jenzki Shoes, ia mengatakan bahwa:

Saya jadi karyawan berjualan di sini dari tahun 2014, memilih kerja di Mega Mall karena disini ramai dan nyaman juga mbak, tempatnya bersih. Saya sebagai karyawan dan punya bos yang baik juga ramah namanya mbak Septia. Sepatu-sepatu bermerek yang dijual di toko ini setahu saya asli impor semua mbak, sepatu mereknya sedang dikenal pasti tinggi peminatnya, bisa dibilang merek yang lagi *hits* pasti itu yang dicari. Kalau yang langganan di toko ini ada mbak, bisa setiap dua minggu sekali atau satu bulan sekali mereka akan datang lagi belanja kesini mbak. Soal pembeli yang komplain untuk menukarkan barang yang sudah dibeli itu sering terjadi selama saya kerja jadi karyawan di sini. Pembeli yang sering datang untuk berbelanja kira-kira seumuran remaja sampai dewasa, tetapi kembali lagi pada kebutuhan mereka masing-masing mbak.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Septia Ulandari, wawancara pada hari Selasa 12 November 2019 pukul 10:00 WIB.

<sup>3</sup> Della Oktavia, wawancara pada hari Selasa 12 November 2019 pukul 10:15 WIB.

Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh Kit Yusniana sebagai pemilik toko Aulia Group, ia mengatakan bahwa:

Ibu berjualan di Mega Mall dari tahun 2014, memilih berjualan di Mega Mall karena lokasi aman di Mall ini dilengkapi CCTV jadi keamanan barang-barang dagangan bisa terjaga. Ibu pemilik toko, punya karyawan juga yang membantu berjualan namanya Rahma. Barang-barang yang ibu jual disini semuanya kualitas asli impor, barang bermerek paling laku biasanya tas-tas untuk pesta dan kesan formal. Pembeli yang sering datang ke toko atau berlangganan alhamdulillah ada di toko ini. Di sini ada kesepakatan dengan pembeli untuk pengembalian atau penukaran barang, seperti garansi paling lama satu minggu waktu untuk pengembalian atau penukaran yang sudah mereka beli nak. Pembeli yang sering datang biasanya seumuran ibu-ibu muda ada juga seumuran remaja yang berbelanja disini.<sup>4</sup>

Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Rahma Tika sebagai karyawan toko Aulia Group, ia mengatakan bahwa:

Saya mulai kerja jadi karyawan di toko ini dari tahun 2016, memilih kerja di Mega Mall karena fasilitasnya benar-benar memadai, sebagai karyawan disini saya punya bos namanya ibu Kit. Barang-barang yang dijual disini asli semua, produk-produk impor mbak. Barang yang paling dicari tas yang terkesan formal, misalnya untuk kekantor, pergi keundangan, intinya untuk acara-acara yang terkesan formal mbak. Pembeli yang langganan disini ada tapi belum terlalu banyak. Dibuat kesepakatan dengan jangka waktu paling lama satu minggu untuk pengembalian atau penukaran barang dengan catatan memang dari toko kami yang melakukan kesalahan. Walaupun sudah dibuat kesepakatan masih ada pembeli yang komplain ke toko kami sudah lebih dari satu minggu. Yang sering belanja disini usianya merata karena stok barang yang kamu jual ditoko ini bermacam-macam ukuran dan berbagai pilihan model.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Kit Yusniana, wawancara pada hari Sabtu 16 November 2019 pukul 11:15WIB.

<sup>5</sup> Rahma Tika, wawancara pada hari Sabtu 16 November 2019 pukul 11:30 WIB.

b) Kebutuhan pembeli terhadap produk

Kebutuhan adalah kekuatan otak yang mengendalikan berbagai proses seperti persepsi, berfikir, berbuat untuk mengubah kondisi yang ada dan tidak memuaskan. Bisa dibangkitkan oleh proses internal, tetapi lebih sering dirangsang oleh faktor lingkungan, biasanya kebutuhan di iringi dengan persaan atau emosi khusus dan memiliki cara khusus untuk mengekspresikannya dalam mencapai permasalahan.<sup>6</sup> Setiap orang ada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, akan tetapi karena budaya, maka kebutuhan tersebut juga ikut berbeda.<sup>7</sup> Dalam memenuhi kebutuhan manusia menyesuaikan diri dengan apa yang menjadi kebutuhannya, dan hal ini menjadi faktor yang mempengaruhi para penjual.

Seperti yang diungkapkan oleh Olla Kurnia Dewi sebagai pemilik toko Olla Shoes, ia mengatakan bahwa:

Mulai berjualan di Mega Mall dari tahun 2017, awalnya kerja sendiri sekarang sudah ada karyawan yang membantu berjualan. Nama karyawan di toko ini Reni Mustika, masih saudara sepupu juga sama saya mbak. Alasan lebih memilih berjualan di Mega Mall karena sebelumnya sudah pernah berjualan ditempat lain tetapi kurang cocok dan sekarang menetap berjualan di sini karena nyaman dan bersih. Barang bermerek yang dijual di sini tidak asli semua, stok barangnya seimbang antara yang original dan tiruan (*kw*) karena kebutuhan masyarakat selalu berbeda, jadi disediakanlah stok yang seimbang supaya mereka bisa memilih mau membeli yang original atau tiruan (*kw*) sesuai kemampuan. Sepatu yang paling laku biasanya sepatu kasual, sepatu formal, atau sepatu olahraga juga lumayan tinggi peminatnya. Walaupun belum banyak yang berlangganan di toko ini, tetapi alhamdulillah

---

<sup>6</sup> Alwisol, *Psikologi Kepribadian*, (Malang: UMM Press, 2007), h. 218.

<sup>7</sup> Kasiati dan Wayan Rosmalawati, *Kebutuhan Dasar Manusia I*, (Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016), h. 4.

sudah ada. Selama berjualan, pembeli yang komplain tetap ada walaupun sudah dibuat kesepakatan untuk pengembalian atau penukaran barang yang sudah dibeli. Kesepakatan ini dibuat untuk kepuasan pembeli dalam berbelanja, karena memang prioritas kami kepuasan pembeli sangat diutamakan. Pembeli yang paling banyak berbelanja disini seumuran remaja yang lagi berlomba-lomba dalam berpenampilan.<sup>8</sup>

Hal ini juga diungkapkan oleh Reni Mustika sebagai karyawan toko Olla Shoes, ia mengatakan bahwa:

Kerja di Mega Mall menjadi karyawan sejak tahun 2018, lebih memilih bekerja di Mega Mall karena fasilitas yang mendukung. Saya karyawan toko, punya bos namanya ibu Olla Kurnia Dewi. Barang bermerek yang dijual disini bukan semuanya kualitas original, yang jelas dari segi harga sudah bisa diketahui. Untuk pembeli yang berlangganan di toko ini ada walaupun belum terlalu banyak. Di toko ini boleh komplain, menukar atau mengembalikan asalkan masih ada label dari toko kami yang menempel dibagian barang yang mereka beli. Kalau umur yang paling sering belanja disini sekitar umur-umur remaja mbak, tapi ibu-ibu kantoran juga lumayan banyak juga yang sering datang.<sup>9</sup>

Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh Ayu Widya Sari sebagai pemilik toko Ayu Shoes and Bag, ia mengatakan bahwa:

Ibu berjualan di Mega Mall dari tahun 2015, sebagai pemilik toko disini, punya karyawan namanya Sari. Di sini barang-barang bermerek kualitas impor, ada yang asli ada juga yang tiruan untuk menyeimbangkan dengan daya tarik pembeli. Barang yang paling laku untuk tas biasanya merek LV atau Chanel, kualitas yang asli memang lebih bagus jika dibandingkan dengan barang tiruan. Tidak ada kesepakatan untuk pengembalian atau penukaran barang dari toko ini. Pembeli yang sering datang kesini seumuran ibu-ibu muda biasanya mencari tas-tas bermerek tapi kalau sepatu itu balik lagi kepada kebutuhan masing-masing pembeli.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Olla Kurnia Dewi, wawancara pada hari Jum'at 15 November 2019 pukul 13:20 WIB.

<sup>9</sup> Reni Mustika, wawancara pada hari Jum'at 15 November 2019 pukul 13:35 WIB.

<sup>10</sup> Ayu Widya Sari, wawancara pada hari Rabu 13 November 2019 pukul 15.40 WIB.

Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Sari Wulandari sebagai karyawan toko Ayu Shoes and Bag, ia mengatakan bahwa:

Pemilik toko ini namanya ibu Ayu, saya kerja jadi karyawan berjualan di toko ini dari tahun 2015 lalu alasan saya kerja di sini karena lokasinya bersih dan nyaman. Barang bermerek disini kualitas impor semua mbak, sesuai dengan minat pembeli ingin memilih yang mana kalau kualitas jelas dari segi harga bisa dijadikan patokan semua tergantung lagi pada mereka mau membeli yang mana. Untu barang yang paling diminati kembali lagi pada kebutuhan dan gaya masing-masing pembeli. Pembeli yang sering datang kalau umurnya saya kurang tahu pastinya berapa mbak, tetapi anak sekolahan, anak kuliah, dan ibu-ibu juga sering datang ke toko untuk belanja.<sup>11</sup>

c) Penyesuaian dengan kemampuan pembeli

Di dalam kamus bahasa Indonesia, kemampuan berasal dari kata “mampu” yang berarti kuasa (bisa, sanggup, melakukan sesuatu, dapat, mempunyai harta berlebihan). Kemampuan merupakan kapasitas seorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan.<sup>12</sup> Hal ini menjadi faktor yang mempengaruhi penjual karena kemampuan setiap pembeli pasti berbeda-beda, maka penjual menawarkan produk tiruan sebagai alternatif yang lebih terjangkau.

Seperti yang diungkapkan oleh Juwita Annisa sebagai pemilik toko Jenslan, ia mengatakan bahwa:

Saya berjualan di Mega Mall ini sejak tahun 2015 dek. Sekarang saya pemilik toko disini, punya karyawan namanya Eliza. Barang-barang yang dijual di sini tidak semuanya kualitas asli, ada yang tiruan juga karena barang bermerek harganya lumayan mahal jadi saya menyesuaikan dengan

<sup>11</sup> Sari Wulandari, wawancara pada hari Rabu 13 November 2019 pukul 16:00 WIB.

<sup>12</sup> Stephen P. Robbins dan Timonthy A. Judge, *Prilaku Organisasi, terj. Diana Angelica, dkk*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 57.

kebutuhan dan apa yang paling dicari masyarakat lalu berusaha menyediakannya dengan alternatif barang tiruan supaya harganya tidak terlalu mahal. Barang yang paling diminati para pembeli tidak menentu karena minat setiap pembeli pasti berbeda-beda. Tetapi yang berlangganan di toko ini ada walaupun belum banyak mbak. Kalau sekedar pembeli yang komplain sering terjadi dek. Untuk pengembalian atau penukaran barang di toko ini tidak diperbolehkan pihak kami tidak membuat kesepakatan seperti itu dengan pembeli, karena sebelum mereka membeli kami sudah menjelaskan mana yang barang asli dan mana yang barang tiruan. Kami menyediakan berbagai jenis dan ukuran sepatu, jadi pembeli yang sering datang kesini bermacam-macam jenis umurnya.<sup>13</sup>

Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Eliza Novianti sebagai karyawan toko Jenlan, ia mengatakan bahwa:

Kerja jadi karyawan toko di Mega Mall dari tahun 2016 mbak, memilih kerja di sini karena tempatnya bersih. Barang bermerek yang dijual tidak semuanya asli, di sini ada yang tiruan juga mbak untuk memenuhi kebutuhan para pembeli, barang yang paling diminati tidak menentu karena setiap pembeli kebutuhannya berbeda-beda. Pembeli yang berlangganan disini ada, mereka datang secara berulang sekitar dua minggu sekali atau satu bulan sekali biasanya mbak. Dari bos tidak ada kesepakatan untuk pengembalian atau penukaran barang yang sudah dibeli dari toko ini karena kami disini sudah berusaha menjelaskan sedetail mungkin barang yang mereka minati baik dari segi harga maupun kualitasnya, kalau pembeli yang komplain tetap ada walaupun sudah dijelaskan tidak bisa menukar apa lagi mengembalikan barang yang sudah mereka beli dari toko ini, mereka sekedar datang untuk komplain saja bukan menukarkan barang yang sudah dibeli tersebut.<sup>14</sup>

Jadi diketahui faktor yang mempengaruhi penjual dalam jual beli produk tiruan adalah pengenalan terhadap merek, kebutuhan pembeli terhadap produk, penyesuaian dengan kemampuan pembeli.

---

<sup>13</sup> Juwita Annisa, wawancara pada hari Kamis 14 November 2019 pukul 15.10 WIB.

<sup>14</sup> Eliza Novianti, wawancara pada hari Kamis 14 November 2019 pukul 15.30 WIB.

## 2. Faktor Yang Mempengaruhi Pembeli Dalam Jual Beli Produk

### Tiruan

Dalam rangka mencari informasi atau data tentang faktor yang mempengaruhi pembeli dalam jual beli produk tiruan yang diperlukan dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah. Dengan melakukan wawancara kepada dua puluh lima orang konsumen yang berhubungan dengan masalah yang diangkat.

Dilapangan menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembeli dalam jual beli produk tiruan yaitu:

#### a) Pengamatan

Pengamatan adalah sesuatu proses dengan mana pembeli menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya. Seseorang akan mempunyai suatu pandangan terhadap sebuah produk, dalam kenyataannya perbedaan pandangan akan menciptakan tingkahlaku pembeli yang berbeda pula.<sup>15</sup>

Seperti yang diungkapkan oleh Fefi Anggraini, ia mengatakan bahwa:

Saya lumayan sering berbelanja di Mega Mall, Saat berbelanja sering memilih barang lama-lama tapi tidak jadi membelinya, waktu awal melihat sangat tertarik tetapi setelah dilihat-lihat lagi saya merasa tidak sesuai dengan keinginan saya. Mereka menarik keinginan pembeli dengan kata-kata yang sangat mengunggulkan jualannya, tidak memberi tahu asli atau tiruan barang yang mereka jual tetapi saya tahu mana barang yang asli mana yang tiruan walaupun mereknya sama dari penampilan saja sudah dapat diketahui dengan jelas.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, h. 113.

<sup>16</sup> Fefi Anggraini, wawancara pada hari Jum'at 15 November 2019 pukul 13:20 WIB.

Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Bella Fadzilla, ia mengatakan bahwa:

Pernah belanja di Mega Mall tapi tidak terlalu sering, di sini karena banyak pilihan toko. Saya tidak pernah memilih barang lama-lama saat berbelanja, karena saya selalu membuat target sebelum belanja barang apa dan merek apa yang akan saya dibeli dek. Sikap penjual menawarkan jualan saat saya belanja, mereka ramah menggunakan kata-kata menarik dan tidak terkesan memaksa. Saya tidak tahu barang bermerek yang dijual asli semua atau tidak karena penjual tidak pernah menerangkan hal tersebut sewaktu menawarkan jualan, tetapi saya tetap tertarik menggunakan barang bermerek ini saat dipakai ingin dipandang lebih oleh orang lain dalam berpenampilan.<sup>17</sup>

Berbeda dengan yang diungkapkan oleh Jemi Manopo, ia mengatakan bahwa:

Lumayan sering belanja di Mega Mall, alasan kenapa lebih pilih belanja disini daripada tempat lain karena disini banyak pilihan mbak dan dilengkapi fasilitas-fasilitas yang membuat merasa nyaman memilih barang saat berbelanja di Mega Mall ini mbak. Penjual saat menawarkan barang-barang yang mereka jual sangat rama di toko-toko dalam Mega Mall ini. Kualitas barang bermerek yang asli atau tiruan saya tahu dan bisa membedakannya. Barang bermerek tertarik untuk saya gunakan karena sedang tren.<sup>18</sup>

Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Delta Pratiwi, ia mengatakan bahwa:

Ibu sering datang belanja di Mega Mall dengan alasan di sini bukan hanya bisa belanja kalau bawa anak-anak bisa bermain juga. Memang jiwa ibu-ibu itu kalau belanja membandingkan harga terlebih dahulu baru menentukan pilihan nak, karena saat sudah tahu harganya ibu jadi berfikir lagi untuk mencari dulu di toko lain dengan asumsi mungkin harganya lebih murah. Sikap penjual saat menawarkan jualan baik dan mereka

---

<sup>17</sup> Bella Fadzilla, wawancara pada hari Selasa 12 November 2019 pukul 11:30 WIB.

<sup>18</sup> Jemi Manopo, wawancara pada hari Minggu 17 November 2019 pukul 14:30 WIB.

menjelaskan apa saja kelebihan disetiap merek barang jualannya. Ibu tahu mana yang produk asli mana yang tiruan. Tertarik menggunakan barang bermerek karena ibu sering mengamati penampilan teman-teman jadi ibu tertarik juga memakainnya. Dalam belanja ibu lumayan telitih, jadi belum pernah mengalami balik lagi ke toko untuk komplain atau menukarkan belanjaan nak.<sup>19</sup>

b) Harga lebih terjangkau

Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.<sup>20</sup> Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Tetapi sebaliknya jika seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

Seperti yang dikatakan oleh Herlina Dewi, ia mengatakan bahwa:

Iya saya sering belanja di Mega Mall, belanja disini lebih nyaman tidak panas karena dilengkapi AC dan tidak berisik. Pernah sudah memilih lama-lama tapi tidak jadi membeli karena tidak sesuai dengan keinginan dan juga masih penasaran dengan toko-toko lain mungkin juga ada yang lebih bagus dengan harga yang sama. Sikap penjual saat saya sedang berbelanja, mereka memaparkan kualitas barang dengan ramah, tetapi mereka tidak menjelaskan barang jualannya asli atau tiruan tetapi saya tahu mana asli dan mana tiruan yang mereka jual. Walaupun demikian saya masih tertarik untuk membeli yang tiruan, karena harganya lebih terjangkau sesuai dengan uang yang saya punya dan memang saya membutuhkan barang merek tersebut.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Delta Pratiwi, wawancara pada hari Jum'at 15 November 2019 pukul 14:30 WIB.

<sup>20</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: IKAPI, 2014), h. 272.

<sup>21</sup> Herlina Dewi, wawancara pada hari Selasa 12 November 2019 pukul 10:50 WIB.

Lain halnya yang dikatakan oleh Anes Mei Zera, ia mengatakan bahwa:

Saya sering belanja di Mega Mall kak, di sini barang-barang yang bagus berkualitas dan harga cukup terjangkau untuk mahasiswa, tempatnya juga nyaman karena banyak fasilitas-fasilitas yang mendukung. Sikap penjual saat menawarkan barang tetap ramah tapi ada juga yang raut mukanya sedikit marah karena sudah memilih barang lama-lama tapi tidak jadi membelinya. Saya tidak mengetahui barang bermerek yang di jual kualitas asli semua atau tidak.<sup>22</sup>

Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh Aprilia Safitri, ia mengatakan bahwa:

Saya sering belanja di Mega Mall, alasannya banyak pilihan dan tidak harus keliling panas-panasan saat belanja. Sering saat belanja sudah pilih lama-lama tapi tidak jadi membeli di toko tersebut, karena belum cocok atau barang disana harganya mahal. Sikap penjual biasanya menawarkan dengan ramah dan sopan. Saya tahu barang bermerek yang dijual asli atau tiruan, saat saya benar-benar ingin membeli barang dengan merek tersebut tapi uang tidak cukup untuk membeli yang asli maka saya akan membeli yang tiruan mbak, walaupun dari segi kualitas pasti berbeda tapi dari segi harga bisa terjangkau. Tapi saya juga pernah balik lagi ke toko tempat saya belanja untuk menukar yang sudah dibeli karena barangnya rusak.<sup>23</sup>

Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Dicky Andriko, ia mengatakan bahwa:

Tidak terlalu sering berbelanja di Mega Mall, saya belanja di Mega Mall hanya untuk membeli barang-barang tertentu saja misalnya sepatu, karena di sini banyak pilihan. Saat belanja saya tidak pernah memilih barang lama-lama, karena saya belanja sudah membuat planing supaya tidak repot seperti perempuan mbak. Menurut saya sikap penjualnya ramah, baik dan sopan juga. Barang-barang bermerek yang dijual di sini saya tahu tidak semuanya asli ada yang tiruan juga, tetapi

---

<sup>22</sup> Anes Mei Zera, wawancara pada hari Kamis 21 November 2019 pukul 11:20 WIB.

<sup>23</sup> Aprilia Safitri, wawancara pada hari Sabtu 16 November 2019 pukul 14:50 WIB.

dengan adanya produk tiruan sangat membantu karena harganya lebih terjangkau tapi masih tetap mirip dengan barang yang asli. Saat memakai barang bermerek kepercayaan diri menjadi bertambah.<sup>24</sup>

Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh Wahid Ramadhan, ia mengatakan bahwa:

Iya tapi tidak terlalu sering, berbelanja di Mega Mall mudah diakses karena terdapat dipusat kota. Saya tidak pernah belanja lama-lama untuk memilih karena tidak suka menghabiskan waktu. Sikap penjual saat menawarkan barang yang mereka jual bagus, sopan dan ramah, menggunakan kata-kata yang meyakinkan agar pembeli tertarik untuk membeli barang yang mereka jual. Saya mengetahui barang bermerek yang mereka jual asli atau tiruan, kalau barang tiruan harganya lebih terjangkau daripada yang asli. Dari segi harga ini juga membuat saya tertarik untuk menggunakan barang tiruan, misalnya saja harga asli bisa dapat dua sepatu produk tiruan dengan tampilan barang yang benar-benar mirip produk aslinya. Saat belanja saya tidak pernah menukarkan barang yang sudah saya beli.<sup>25</sup>

Lain halnya yang dikatakan oleh Yuniarti Komalasari, ia mengatakan bahwa:

Tidak terlalu sering belanja di Mega Mall, belanja di sini harganya lebih murah dibandingkan tempat lain. Sering sudah lama-lama tapi tidak jadi membeli dek, karena ingin membandingkan harga di toko lain dengan merek barang yang sama. Sikap penjual saat menawarkan jualannya mereka sopan tidak menggunakan kalimat seperti memaksa. Sebagian mbak tahu mana yang produk asli mana yang tiruan, tapi tidak semua jenis dan merek mbak bisa membedakannya. Mbak tertarik menggunakan barang bermerek karena mengikuti tren, misalnya harga yang asli lebih mahal dari yang tiruan jadi mbak mengambil alternatif beli yang tiruan saja.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Dicky Andriko, wawancara pada hari Jum'at 15 November 2019 pukul 14:10 WIB.

<sup>25</sup> Wahid Ramadhan, wawancara pada hari Kamis 21 November 2019 pukul 09:55 WIB.

<sup>26</sup> Yuniarti Komalasari, wawancara pada hari Selasa 12 November 2019 pukul 11:10

Hal ini juga diungkapkan oleh Dian Hutami Wahyudi, ia mengatakan bahwa:

Tidak terlalu sering berbelanja di Mega Mall, pernah sudah masuk toko lama-lama memilih tapi tidak jadi membeli di sana karena tidak cocok dengan harga. Sikap penjual sewajarnya menawarkan barang-barang jualannya mbak, saya tahu dan bisa membedakan mana produk asli dan mana yang tiruan, dalam penampilan saya tidak terlalu memperdulikan asli atau tiruan yang saya gunakan asalkan terjangkau untuk saya beli maka akan saya beli. Setelah membeli saya tidak pernah kembali lagi ketokoh tersebut untuk menukarkan barang yang saya beli karena saya membelinya sudah dengan perhitungan yang bagus.<sup>27</sup>

Seperti yang diungkapkan oleh Ratih Ayu Lestari, ia mengatakan bahwa:

Iya saya sering berbelanja di sini, karena Mega Mall dari segi tempat dan pelayanannya juga memuaskan dan barang-barang yang dijual terjaga kualitasnya. Penjual tidak hanya menawarkan barang tapi juga memperlihatkan kepada pembeli kelebihan-kelebihan apa saja yang terdapat di produk merek tersebut. Saya mengetahui dan bisa membedakan mana yang produk asli mana yang produk tiruan. Alasan saya tertarik menggunakan barang bermerek walaupun bukan asli, itu karena harganya lebih terjangkau tetapi barangnya tetap mirip dengan yang asli. Kalau belanja saya tidak pernah menukarkan atau mengembalikan barang yang sudah dibeli, saat memilih saya memang telitih.<sup>28</sup>

Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Pesi Purnama Sari, ia mengatakan bahwa:

Tidak terlalu sering, berbelanja di Mega Mall tempatnya nyaman. Saat memilih sikap penjual menawarkan jualannya dengan penjelasan kata-kata yang menarik jadi tambah membuat saya bimbang semuanya bagus. Saya tahu barang

---

<sup>27</sup> Dian Hutami Wahyudi, wawancara pada hari Minggu 17 November 2019 pukul 13:55 WIB.

<sup>28</sup> Ratih Ayu Lestari, wawancara pada hari Sabtu 16 November 2019 pukul 16:25 WIB.

yang dijual tidak semuanya kualitas asli, tapi saya masih tertarik dan dibuat bingung karena harga dan tampilan barangnya benar-benar mirip asli. Saya tidak mempermasalahkan apalagi melakukan pengembalian terhadap barang yang sudah saya beli, karena barang-barang tersebut saya sudah tahu asli atau tiruan, dan saya tertarik untuk memakainya karena sedang tren.<sup>29</sup>

Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Rina Asyfa, ia mengatakan bahwa:

Saya sering berbelanja di Mega Mall karena lokasinya terdapat di pusat kota dan aksesnya mudah di jangkau baik kendaraan umum atau kendaraan pribadi. Sikap penjual saat menawarkan barang yang akan saya beli sangat antusias, menjelaskan. Walaupun demikian saya tahu barang bermerek yang mereka tawarkan bukan semuanya kualitas asli. Saya pribadi tertarik menggunakan barang bermerek karena banyak teman yang menggunakannya jadi saya juga berkeinginan memiliki barang tersebut. Pengalaman saya selama berbelanja pernah balik lagi ke toko dan menukarkan barang yang sudah saya beli.<sup>30</sup>

c) Menambah rasa percaya diri

Percaya diri adalah kondisi mental seseorang yang memberikan keyakinan kuat pada dirinya untuk melakukan suatu tindakan. Percaya diri merupakan hal yang sangat penting yang seharusnya dimiliki oleh semua orang. Adanya rasa percaya diri seseorang akan mampu meraih segala keinginan dalam hidupnya.<sup>31</sup> Jadi dalam keputusan pembelian jika dia merasa akan menambah rasa percaya diri saat menggunakan barang bermerek maka ia akan membelinya.

---

<sup>29</sup> Pesi Purnama Sari, wawancara pada hari Sabtu 16 November 2019 pukul 15:20 WIB.

<sup>30</sup> Rina Asyfa, wawancara pada hari Selasa 12 November 2019 pukul 13:15 WIB.

<sup>31</sup> Sumadi Suryabrata, *Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 248.

Seperti yang diungkapkan oleh Ifan Yuliansyah, ia mengatakan

bahwa:

Sering belanja di Mega Mall, di sini banyak pilihan jadi terkadang sudah memilih tapi tidak jadi membeli di toko tersebut karena ragu dengan banyaknya pilihan dan banyaknya merek itu tadi mbak. Sikap-sikap penjual di sini bermacam-macam, ada yang ramah ada yang sinis apa lagi sudah lama-lama memilih dan banyak yang ditanya-tanya tapi tidak jadi membeli di toko tersebut. Saya tahu barang disini tidak semuanya kualitas asli ada yang barang tiruan juga, barang dengan kualitas tiruan masih tetap saya beli karena untuk melengkapi penambilan dan mengikuti tren mbak, saat memakai barang yang bermerek bisa membuat rasa percaya diri menjadi lebih. Tidak pernah kembali lagi ke toko untuk menukarkan barang yang sudah saya beli.<sup>32</sup>

Hal ini juga diungkapkan oleh Dea Fitrianti Fadhila, ia

mengatakan bahwa:

Saya sering belanja di Mega Mall, alasannya karena lebih nyaman, tidak panas, banyak pilihan toko. Sangat sering sudah memilih barang lama-lama di dalam toko tapi tidak jadi membeli dengan alasan barang disana tidak sesuai. Sikap penjual saat menawarkan barang ramah, baik, dan kata-katanya tidak sombong. Saya mengetahui barang bermerek yang mereka jual asli atau tidak walaupun penjualnya tidak memberitahu saat menawarkan kepada saya. alasan saya tertarik menggunakan barang bermerek karena lebih menarik mbak, sudah sering lihat teman-teman pakai jadi saya juga tertarik mau membeli. Selama belanja di sini saya pernah menukarkan barang yang sudah dibeli alasan nomor sepatunya berbeda waktu di cek dirumah mbak, tetapi memang sudah membuat kesepakatan dengan penjual boleh ditukar dan kesalahan tersebut memang dari pihak penjual.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Ifan Yuliansyah, wawancara pada hari Sabtu 16 November 2019 pukul 16:55 WIB.

<sup>33</sup> Dea Fitrianti Fadhila, wawancara pada hari Jum'at 15 November 2019 pukul 13:40

Berbeda dengan yang diungkapkan oleh Rosa Trinovita, ia mengatakan bahwa:

Iya sering, belanja di Mega Mall banyak pilihan merek dan jenis barang-barang yang dijual. Karena banyak pilihan membuat saya sudah memilih lama-lama tapi tidak jadi membeli di toko tersebut, saat memilih juga membandingkan harga antara toko satu dan toko lainnya. Sikap penjual saat menawarkan barang, mereka sopan dan tidak memaksa harus membeli. Barang bermerek di sini saya bisa membedakan mana yang asli mana yang tiruan. Menggunakan barang bermerek ini tertarik dari pengalaman mbak, karena saat memakai barang bermerek orang lain bisa memandang kita lebih. Selama ini tidak pernah menukarkan kembali barang yang sudah saya beli.<sup>34</sup>

Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh Nurmania Sawitri, ia mengatakan bahwa:

Sering belanja di Mega Mall, karena banyak barang baru di sini juga mengikuti tren misalnya barang merek ini sedang dicari maka di sini pasti tersedia mbak. Sikap penjualnya ramah, untuk kualitas produk saya tidak selalu tahu membedakan mana yang asli mana yang tiruan tergantung barangnya juga. Barang bermerek biasanya lebih unggul dalam menunjang penampilan, walaupun barangnya bukan produk asli. Pernah menukarkan barang yang sudah saya beli, karena membuat kesepakatan waktu pembayaran kalau tidak pas akan ditukarkan kembali ke toko.<sup>35</sup>

Hal ini juga diungkapkan oleh Nada Puspita, ia mengatakan bahwa:

Sering berbelanja di Mega Mall karena lebih nyaman adanya fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Mega Mall, tempatnya juga nyaman dan bersih. Saat belanja sering terjadi sudah memilih lama-lama tapi tidak jadi membeli dikarenakan tidak sesuai dengan yang di inginkan. Sikap penjual saat menawarkan barang berbeda-beda. Saya tidak tahu barang

---

<sup>34</sup> Rosa Trinovita, wawancara pada hari Selasa 12 November 2019 pukul 12:50 WIB.

<sup>35</sup> Nurmania Sawitri, wawancara pada hari Minggu 17 November 2019 pukul 16:12 WIB.

yang dijual asli atau tiruan, karena penjual tidak menjelaskannya saat menawarkan kepada saya. Barang bermerek kalau bisa menunjang penampilan dan menjadikan rasa lebih percaya diri apalagi dikalangan teman-teman yang banyak menggunakan barang bermerek mbak.<sup>36</sup>

d) Pengaruh teman

Pergaulan merupakan proses antar individu satu dengan individu yang terjalin secara langsung untuk melakukan hubungan interaksi. Lingkungan teman merupakan suatu interaksi dengan orang-orang yang mempunyai kesamaan dalam usia, hobi, pemikiran yang sama dan status sosial, dalam berinteraksi akan mempertimbangkan dan cenderung terpengaruh dengan apa saja barang-barang yang digunakan oleh orang-orang yang mempunyai kesamaan dalam hal-hal tersebut.<sup>37</sup>

Seperti yang diungkapkan oleh Defi Prayoga, ia mengatakan bahwa:

Tidak terlalu sering belanja di Mega Mall, di sini banyak barang bermerek yang dijual. Kalau belanja di sini pasti memilih barang lama-lama, karena banyak pilihan, model dan merek juga. Sikap penjual saat menawarkan barang dagangan, mereka ramah. Saya tahu barang yang dijual tidak semuanya asli. Tidak pernah balik lagi ketoko karena mau menukarkan atau mengembalikan barang yang sudah saya beli mbak, saat membeli juga sudah melihat teman memakainya terkadang juga saya tanya dengan teman dimana membeli dan apa nama tokonya.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Nada Puspita, wawancara pada hari Kamis 21 November 2019 pukul 14:00 WIB.

<sup>37</sup> Slavin Robert E, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Indeks, 2011), h. 114.

<sup>38</sup> Defi Prayoga, wawancara pada hari Kamis 21 November 2019 pukul 09:35 WIB.

Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Pego Ari Gunawan, ia mengatakan bahwa:

Pernah tapi tidak terlalu sering belanja di Mega Mall, karena barang-barang bermerek banyak dijual di sini jadi saya tertarik untuk belanja. Kalau belanja saya memang tidak pernah memilih barang lama-lama, biasanya saya langsung mengambil keputusan untuk memilih mana yang akan dibeli. Penjualnya memahami tren terkini, jadi sebelum memilih supaya tidak bimbang sebaiknya langsung ditanya dulu kepada penjual merek apa yang lagi tren dan tinggi peminat. Saya tahu dan bisa membedakan mana barang kualitas asli dan mana yang tiruan. Karena teman-teman banyak menggunakan barang bermerek jadi saya juga tertarik untuk memiliki dan menggunakannya.<sup>39</sup>

Berbeda dengan yang diungkapkan oleh Septi Mayang Sari, ia mengatakan bahwa:

Sering, tapi terkadang ke Mega Mall hanya sekedar melihat-lihat saja atau ingin bermain. Di Mega Mall tidak panas dan tidak berdesak-desakan juga, penjualnya ramah-ramah walaupun ada sebagian yang cuek. Mereka yang berjualan sangat meyakinkan bahwa barang-barang yang mereka jual semuanya bagus dan impor, saya tidak mengetahui barang yang mereka jual asli atau tidak karena penjual tidak menjelaskan hal tersebut saat berbelanja. Setahu saya barang bermerek biasanya kualitas lebih awet dan tahan lama, walaupun pengalaman saya pernah membeli barang bermerek tetapi tetap cepat rusak mungkin yang pernah saya beli tersebut barangnya tiruan bukan produk asli. Walaupun demikian saya tidak komplain ke toko tempat saya pernah berbelanja.<sup>40</sup>

Lain halnya yang dikatakan oleh Bintang Astina, ia mengatakan bahwa:

Iya sering, berbelanja di Mega Mall nyaman dan tidak panas apalagi berdesak-desakan, beda dengan berbelanja ditempat

---

<sup>39</sup> Pego Ari Gunawan, wawancara pada hari Minggu 17 November 2019 pukul 15:00 WIB.

<sup>40</sup> Septi Mayang Sari, wawancara pada hari Kamis 21 November 2019 pukul 13:33 WIB.

lain. Mega Mall bukan hanya tempat berbelanja tapi juga menyediakan tempat bermain. Kalau ibu jarang memilih barang lama-lama tapi tidak jadi membeli karena sebelum datang ke sini sudah membuat rencana terlebih dahulu akan membeli apa dan mereknya apa. Sikap penjual berbeda-beda disetiap toko, ada yang cuek ada juga yang sangat ramah. Ibu tidak tahu barang di sini produk asli semua atau tidak, karena penjual tidak pernah menjelaskan saat menawarkan. Tertarik untuk menggunakan barang bermerek karena lingkungan kerja yang sering menggunakan barang-barang bermerek jadi ibu tertarik juga menggunakannya nak.<sup>41</sup>

e) Pengaruh publik figur

Dengan semakin majunya teknologi saat ini menjadikan peran publik figur sangat berpengaruh dalam keputusan para pembeli. Hal ini berpengaruh karena masyarakat ingin berpenampilan sama dengan publik figur yang digemarinya.

Seperti yang diungkapkan oleh Nurhayah Sormin, ia mengatakan bahwa:

Belanja di Mega Mall ini sering, karena barang-barang di sini lengkap. Pernah sudah memilih lama-lama dan barangnya sudah di pegang kemana-mana sambil mencari yang lebih cocok tapi tidak jadi membeli karena berfikir lagi pilih merek yang ini atau yang merek lain. Sikap penjual saat menawarkan barang jualannya ramah dan sopan. Saya tidak mengetahui mana yang asli mana yang tiruan, karena tidak bisa membedakan spesifikasinya penjual juga tidak menjelaskan kepada saya mbak. Tapi saya tertarik menggunakan barang bermerek, untuk bergaya seperti artis-artis idola saya dan membuat saya benar-benar ingin memiliki juga barang yang sama dengan yang mereka gunakan. Pernah menukar yang sudah dibeli karena ada cacat di barang yang sudah dibeli tersebut.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Bintang Astina, wawancara pada hari Jum'at 15 November 2019 pukul 15:00 WIB.

<sup>42</sup> Nurhayah Sormin, wawancara pada hari Minggu 17 November 2019 pukul 14:15 WIB.

Hal ini juga diungkapkan oleh Dismika Mayang sari, ia mengatakan bahwa:

Iya saya sering belanja di Mega Mall, tempat lain aksesnya sulit dijangkau dan panas-panasan jadi saya pilih untuk berbelanja di Mega Mall saja. Pernah memilih barang lama-lama tapi tidak jadi membeli, karena berfikir akan ada penjual yang menjual dengan harga lebih murah dibandingkan toko tersebut mbak. Sikap penjual saat menawarkan barang yang mereka jual sangat sopan. Alasan saya tertarik menggunakan barang-barang bermerek karena sering mengamati publik figur berpenampilan, jadi saya tertarik juga untuk menggunakan barang merek yang sama dengan mereka. Pernah melakukan penukaran terhadap barang yang sudah saya beli, dengan alasan memang fatal misalnya setelah di cek saat sampai dirumah warnanya ada yang sedikit luntur.<sup>43</sup>

Jadi diketahui faktor yang mempengaruhi pembeli dalam jual beli produk tiruan adalah pengamatan, harga lebih terjangkau, menambah rasa percaya diri, pengaruh teman, pengaruh publik figur.

## **B. Perspektif Hukum Islam Mengenai Jual Beli Produk Tiruan**

Islam memandang kegiatan jual beli sebagai perbuatan yang mulia sebab dapat dijadikan sebagai salah satu sarana beribadah atau sarana untuk mendekatkan diri pada Allah swt selama kegiatan tersebut tidak bertentangan dengan dasar hukum Islam. Jual beli juga sebagai sarana tolong menolong sesama manusia dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.<sup>44</sup> Dengan adanya jual beli dan diatur berdasarkan hukum Islam maka tidak akan saling merugikan dan akan timbul rasa saling membantu satu sama lain.

---

<sup>43</sup> Dismika Mayang Sari, wawancara pada hari Sabtu 16 November 2019 pukul 16:00 WIB.

<sup>44</sup> Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli...*, h. 15.

Dalam berbisnis dibutuhkan juga kewaspadaan terhadap diri, mitra bisnis, dan pihak ketiga yang bermaksud merugikan. Pihak ketiga yang perlu diwaspadai berbisnis adalah setan, keinginannya antara lain merugikan manusia sebesar mungkin dan jika itu tidak dapat diraihinya maka cukup kerugian kecil. Karena itu Al-Qur'an memperingatkan kewaspadaan terhadap langkah-langkah setan. Sebagaimana firman Allah swt dalam QS. al-Baqarah ayat 268, berikut ini:

الشَّيْطَانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ وَيَأْمُرُكُم بِالْفَحْشَاءِ ۗ وَاللَّهُ يَعِدُكُم مَّغْفِرَةً مِّنْهُ  
وَفَضْلًا ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٦٨﴾

Artinya:

“Syaitan menjanjikan menakut-nakuti kamu dengan kemiskinan dan menyuruh kamu berbuat kejahatan kikir, sedangkan Allah menjadikan untukmu ampunan daripada-Nya dan karunia Allah Maha Luas lagi Maha Mengatahui.”<sup>45</sup>

Banyak orang zaman sekarang yang tidak peduli dengan harta haram, dan tergilagila terhadap harta benda sampai mereka tidak menghiraukan keharaman harta orang lain yang ia ambil. Mereka juga mengabaikan aturan-aturan agama dalam mencari harta. Manusia berkeinginan untuk mencari harta dengan tujuan menambah kenikmatan materi dan religi, tetapi semua keinginan ini dibatasi dengan tiga syarat, yaitu harta dikumpulkannya dengan cara halal, dipergunakan untuk hal-hal yang halal dan dari harta ini harus dikeluarkan hak Allah swt dan masyarakat tempat ia hidup.

<sup>45</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h. 35.

Dalam Islam tentang jual beli sudah dijelaskan dan diatur dengan sangat jelas agar tidak saling merugikan antara pihak penjual dan pembeli. Namun dalam kegiatan jual beli tidak semua produk yang ditawarkan adalah produk asli, beberapa pedagang memperjualkan beberapa produk tiruan seperti sepatu dan tas. Akan tetapi dalam jual beli ada prinsip yang harus menjadi landasan oleh pedagang atau penjual, yaitu tidak mengambil hak orang lain tanpa izin dan tidak menipu serta membohongi konsumen.<sup>46</sup>

Dalam praktik jual beli produk tiruan di Mega Mall Bengkulu ada beberapa pedagang yang tidak memberi penjelasan bahwa barang tersebut adalah tiruan, karena beranggapan bahwa konsumen dapat membedakan kualitas dari segi harga. Hal ini tidak masalah apabila telah menjadi kebiasaan masyarakat, karena unsur terpenting dalam transaksi jual beli adalah suka sama suka.

Sebagaimana firman Allah swt dalam QS. an-Nisa ayat 29, berikut ini:

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

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>47</sup>

<sup>46</sup> Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli...*, h. 17.

<sup>47</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h.

Selanjutnya sabda Rasulullah saw dalam Hadits dari Abi Sa'id al-Khudri yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, berikut ini:

أَبَا سَعِيدِ الْخُدْرِيِّ يَقُولُ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّمَا  
الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ ( رواه ابن ماجه )

Artinya: Dari Abu Sa'id Al Khudri berkata: Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam bersabda "sesungguhnya jual beli itu atas dasar suka sama suka." (HR. Ibnu Majah)<sup>48</sup>

Kemudian dalam kaidah fiqh muamalah yang diungkapkan oleh Ibnu Taimiyah, berikut ini:

الأصل في العقود رضا المتعاقدين

Artinya: "Dasar dari akad adalah keridhaan kedua belah pihak."<sup>49</sup>

Dari ayat Al-Qur'an, sabda Rasulullah saw dan kaidah fiqh muamalah di atas dapat diambil kesimpulan bahwa keridhaan dalam transaksi adalah merupakan prinsip. Oleh karena itu transaksi bisa dikatakan sah apabila didasarkan kepada keridhaan kedua belah pihak dalam bertransaksi. Maka tidak sah suatu akad apabila salah satu pihak dalam keadaan terpaksa atau dipaksa atau juga merasa tertipu. Bisa terjadi pada saat akad berlangsung sudah saling meridhai kemudian salah satu pihak merasa tertipu, artinya hilang keridhaannya maka akad tersebut bisa batal.

<sup>48</sup> Hafidz Abi Abdullah Muhammad ibn Yazid al-Qozini, *Sunan Ibnu Majah*, Jilid 1, (Beirut: Dar al-Fikr, 1994), h. 687.

<sup>49</sup> Nashr Farid Muhammad Washil, *Qawa'id Fiqhiyyah*, (Jakarta:Amzah, 2009), h. 5.

Jadi dapat disimpulkan jual beli produk tiruan diperbolehkan apabila kegiatan jual beli tersebut memenuhi semua rukun jual beli, sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan oleh pendapat empat mazhab berikut:

Menurut ulama Hanafi, yang menjadi rukun jual beli hanyalah kerelaan kedua belah pihak untuk berjual beli. Unsur kerelaan itu terlihat dalam ijab dan qabul, serta melalui cara tertentu yang bermanfaat. Cara yang khusus yang dimaksudkan ulama Hanafi adalah melalui ijab (ungkapan membeli dari pembeli) dan qabul (pernyataan menjual dari penjual), atau juga bisa dengan saling memberikan barang dan harga sesuai dengan kesepakatan dari penjual dan pembeli.<sup>50</sup>

Unsur kerelaan itu terlihat dalam ijab dan qabul, menurut madzhab Hanafi jual beli dapat terjadi (*in'iqad*) hanya dengan ijab dan qabul. Jadi *in'iqad* adalah ikatan ucapan salah satu dari dua pihak yang berakad menurut syari'at atas suatu cara yang tampak hasilnya pada sasaran jual beli. Sedangkan jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat, yaitu: Ada sighat ijab dan qabul atau bisa juga disebut dengan akad, orang yang berakad atau pedagang dan pembeli (*muta'qidain*), barang yang dibeli dan nilai tukar pengganti barang.<sup>51</sup>

Menurut Ulama Hambali, yang menjadi rukun jual beli ialah *Aqid*, syaratnya harus memiliki kepatutan melakukan *tasharruf*, yaitu harus sempurna akal nya, baligh, mendapat izin, kehendak sendiri. *Ma'qud 'alaih*, syarat yang memiliki manfaat menurut syari'at boleh dijual oleh pihak *aqid*,

---

<sup>50</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), h. 113.

<sup>51</sup> Abdullah Siddik, *Inti Dasar Hukum Dagang Islam...*, h. 53.

bagi kedua belah pihak yang melakukan akad dan bisa diserahterimakan, dan di samping semua itu tidak ada sesuatu yang menghalanginya, yaitu larangan syara'. *Ma'qud bih*, syaratnya harus berupa perkataan yang dapat menunjukkan persetujuan dan suka sama suka antara dua belah pihak. Terkait dengan *mu'athah*, dalam madzhab Hambali terdapat tiga pendapat, yaitu: membolehkan, tidak membolehkan, dan membolehkan hanya pada barang yang berharga kecil.<sup>52</sup>

Menurut Ulama Maliki, yang menjadi rukun jual beli ialah *Shighat*, merupakan sesuatu yang dapat menunjukkan saling menyetujui dari pihak *aqid*, baik berupa perkataan atau isyarat dan tulisan. *Aqid*, syaratnya harus sudah dapat memahami pertanyaan dan mampu menjawabnya. *Ma'qud 'alaih*, syaratnya dapat diserahterimakan, teridentifikasi, tidak terlarang, harus suci dan dapat diambil manfaatnya.

Menurut Ulama Syafi'i, yang menjadi rukun jual beli ialah *Aqid* (penjual dan pembeli), syaratnya tidak ada paksaan, harus *ithlaq al-tasharruf* (memiliki kebebasan), muslim, bukan musuh (jika barang yang dijual alat perang). *Ma'qud 'alaih* (barang yang dijual dan alat pembelian), syaratnya harus suci, bermanfaat (menurut kriteria syariat), dapat diserahterimakan, dalam kekuasaan pelaku akad, dan teridentifikasi oleh penjual akad. *Shighat* (Ijab dan Qabul), syaratnya harus ada kesesuaian antara pernyataan ijab dan

---

<sup>52</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah...*, h. 97.

qabul, tidak diselingi pembicaraan lain, tidak terdiam dalam waktu lama, tidak bersyarat, dan tidak ada batasan masa.<sup>53</sup>

Dari uraian di atas, rukun jual beli menurut pendapat empat madzhab kecuali pendapat madzhab Hanafi adalah sama, yaitu *aqid, ma'qud 'alaih, dan shighat/ma'qud bih*. Sementara dalam madzhab Hanafi yang menjadi rukunnya hanya satu yaitu *shighat* (ijab dan qabul). Adapun mengenai akad (*aqidain*) pada praktek di Mega Mall Bengkulu ini tidak ada masalah karena pelaku akad yakni penjual dan pembeli ini tetap ada. Rukun yang harus terpenuhi lagi yaitu mengenai barang yang dijadikan obyek jual beli. Meskipun yang menjadi objek jual beli adalah barang tiruan ini tetap sah karena menurut ulama Hanafi, yang menjadi rukun jual beli hanyalah kerelaan kedua belah pihak untuk berjual beli.

Jual beli produk tiruan yang telah memenuhi syarat dan rukunnya adalah sah, tetapi menjadi haram dan berdosa karena *gharar* yakni dapat menimbulkan kerugian pihak lain. Jual beli yang dilarang oleh syara' secara garis besar ada dua macam.<sup>54</sup> Pertama, jual beli yang dilarang syara' karena sebab internal, yaitu ada larangan syara' terhadap jual beli tersebut. Kedua, jual beli yang dilarang syara' karena sebab eksternal, seperti riba dan jual beli yang mengandung kerugian (*gharar*) terhadap orang atau pihak lain merupakan jenis jual beli yang rusak (*fasid*) atau tidak sah (batal) artinya tetap sah bila telah memenuhi syarat dan rukunnya, tetapi hukumnya haram.

---

<sup>53</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah...*, h. 98.

<sup>54</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2014), h. 68.

Kaidah yang berkaitan dengan masalah jual beli barang tiruan adalah kaidah yang dikemukakan oleh kelompok Hambali dan para fuqaha yang menyatakan bahwa:

الأَصْلُ فِي الْعُقُودِ وَمَا يَتَّصِلُ بِهَا مِنْ شُرُوطِ الْإِبَاحَةِ مَا لَمْ يَمْنَعَهَا الشَّرْعُ  
أَوْ تُخَالَفَ نُصُوصَ الشَّرْعِ

Artinya:

“Prinsip dasar di dalam akad dan segala hal yang berhubungan dengannya, termasuk syarat, adalah boleh selama tidak dilarang oleh syara’ atau bertentangan dengan nash-nash syara.”<sup>55</sup>

Terkait dengan syarat akad para ulama fikih menetapkan, ada beberapa syarat umum yang harus dipenuhi dalam suatu akad, disamping setiap akad mempunyai syarat-syarat khusus tersendiri. Demikian juga dengan akad sewa ataupun hibah.<sup>56</sup>

Mengenai syarat akad dalam jual beli produk tiruan di Mega Mall Bengkulu dalam hal ini tidak ada masalah karena pihak-pihak yang melakukan akad telah mampu bertindak menurut hukum, objek akad telah memenuhi beberapa syarat yaitu berbentuk harta, harus dimiliki, harta bernilai menurut syara’, sedangkan akad yang dilakukan juga telah memenuhi syarat-syarat khusus dengan akad yang bersangkutan.

Syarat obyek jual beli yang harus terpenuhi lagi adalah dapat diketahui, maksudnya adalah cukup dengan mengetahui nilai harga dan

<sup>55</sup> Syekh Wahbah Az-Zuhayli, *Al-Fiqhul Islâmî wa Adillatuhu juz IX*, (Beirut, Darul Fikr: 2009), h. 194.

<sup>56</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 105.

satuannya. Akan tetapi, ada pula ulama yang mensyaratkan harus mengerti baik kualitas maupun kuantitasnya secara detail. Salah satu rukun akad dalam jual beli adalah *shighat akad*. Para ulama sepakat landasan untuk terwujudnya suatu akad adalah timbulnya sikap yang menunjukkan kerelaan atau persetujuan kedua belah pihak untuk merealisasikan kewajiban diantara mereka, yang oleh para ulama disebut *shighat akad*. Dalam *shighat akad* disyariatkan harus dari pihak-pihak yang melakukan akad dan menurut cara yang dianggap sah oleh syara'.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> Saleh Al-Fauzan, *Fiqih Sehari-hari*, (Jakarta: Gema Insani, 2006), h. 373.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Dari uraian yang dikemukakan dalam penyusunan skripsi ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Faktor yang mempengaruhi penjual dalam jual beli produk tiruan yaitu pengenalan terhadap merek, kebutuhan pembeli terhadap produk, penyesuaian dengan kemampuan pembeli. Sedangkan Faktor yang mempengaruhi pembeli dalam jual beli produk tiruan yaitu pengamatan, harga lebih terjangkau, menambah rasa percaya diri, pengaruh teman, pengaruh publik figur.
2. Perspektif hukum Islam mengenai jual beli produk tiruan di Mega Mall Bengkulu dibolehkan karena pelaku akad yakni penjual dan pembeli ini tetap ada. Rukun yang harus terpenuhi lagi yaitu mengenai barang yang dijadikan objek jual beli. Meskipun yang menjadi objek jual beli adalah barang tiruan ini tetap sah karena menurut ulama Hanafi, yang menjadi rukun jual beli hanyalah kerelaan kedua belah pihak untuk berjual beli, atau saling memberikan barang dan harga barang. Unsur kerelaan itu terlihat dalam ijab dan qabul.

## **B. Saran**

Adapun saran-saran yang dapat diajukan melalui skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan, peneliti menyarankan kepada beberapa pihak yaitu:

1. Diharapkan kepada penjual, lebih dapat meningkatkan efektifitas kinerja dan selalu menerapkan prinsip ekonomi Islam di setiap jual beli.
2. Diharapkan kepada pembeli, hendaknya teliti dalam memilih barang dan lebih memperhatikan lagi aspek pertimbangan serta motivasi dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang serta memperhatikan nilai-nilai dalam Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2010.
- Al-Arir, M. Nur Rianto, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Al-Fauzan, Saleh, *Fiqh Seharian-harian*, Jakarta: Gema Insani, 2006.
- Al-Qozini, Hafidz Abi Abdullah Muhammad ibn Yazid, *Sunan Ibnu Majah*, Jilid 1, Beirut: Dar al-Fikr, 1994.
- Alwisol, *Psikologi Kepribadian*, Malang: UMM Press, 2007.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Azam, Abdul Aziz Muhammad, *Fiqh Muamalah Sistem Transaksi Dalam Fiqh Islam*, Jakarta: Amzah, 2017.
- Az-Zuhayli, Syekh Wahbah, *Al-Fiqhul Islâmî wa Adillatuhu juz IX*, Beirut, Darul Fikr: 2009.
- Bukhari, Doni Juni Priansyah Alma, *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologi Kearifan Ragam Variasi Kontemporer)*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Dewi, Gemala, *Hukum Perikatan Islam Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Djamali, Abdul, *Hukum Islam*, Bandung: Mandar Maju, 1992.
- Fachruddin, *Ensiklopedia Al Quran, Cet. 2*, Jakarta: Rineka Cipta, 1992.
- Ghazaly, Abdul Rahman, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: IKAPI, 2014.
- Hanbal, Imam Ahmad ibn, *al-Musnad al-Imam Ahmad Ibn Hanbal*, Jilid 4, Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 1993.
- Hardiansyah, Haris, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Salemba Humanika, 2012.

- Haroen, Nasrun, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Hidayat, Enang, *Fiqh Jual Beli*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015.
- Huda, Qomarul, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- Irawan, Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1990.
- Iskandar, *Metodelogi Pendidikan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, Jakarta: Gaung Persada Press, 2008.
- Kasiati dan Wayan Rosmalawati, *Kebutuhan Dasar Manusia I*, Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016.
- Kotler, Philip, *Problematika Pemasaran dan Solusinya*, Jakarta: Prenhallido, 1997.
- Lubis, Suhrawardi K, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Maroom, Chairul, *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang*, Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002.
- Moleong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rosdakarya, 2007.
- Nasir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- Pasaribu, Chairuman, Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 1994.
- Prakoso, Djoko, Bambang Riyadi Lany, *Dasar Hukum Persetujuan Tertentu di Indonesia*, Jakarta: Bina Aksara, 1987.
- Robbins, Stephen P. dan Timonthy A. Judge, *Prilaku Organisasi, terj. Diana Angelica, dkk*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Robert E, Slavin, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Indeks, 2011.
- Siddik, Abdullah, *Inti Dasar Hukum Dagang Islam*, Jakarta: Balai Pustaka, 1993.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Sumanto, *Psikologi Perkembangan*, Yogyakarta: CAPS, 2013.

Suryabrata, Sumadi, *Psikologi Kepribadian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

Swastha, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: HPFE, 1997.

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2012.

Washil, Nashr Farid Muhammad, *Qawa'id Fiqhiyyah*, Jakarta:Amzah, 2009.

Wiroso, *Jual Beli Murabahah*, Yogyakarta: UII Press, 2005.

### **Sumber Skripsi:**

Apriyanti, Rika, “*Praktek Penjualan Produk Imitasi Jenis Fashion di Pasar Sandang Pangan Kota Selatpanjang Menurut Tinjauan Ekonomi Islam.*” Skripsi Fakultas Syari’ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2013.

Choiriyah, Hanifatul, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo.*” Skripsi Fakultas Syari’ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2018.

Marlina, Lilis, “*Pengaruh Penawaran Produk Imitasi Fashion Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen di Pasar Cakranegara Mataram (Tinjauan Ekonomi Mikro Syari’ah).*” Skripsi Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2017.

### **Sumber Jurnal:**

Rachmawati, Eka Nuraini dan Ab Mumin bin Ab Ghani, “*Akad Jual Beli Dalam Perspektif Fikih Dan Praktiknya Di Pasar Modal Indonesia*”, Jurnal Al-Adalah, Volume XII Nomor 4, Desember 2015.

Rahmayeti, Dira dan Istikomah, “*Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Member Card Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Jurnal Manhaj, Volume 4 Nomor 1, Maret 2019.

### **Sumber lain:**

Teuku Zulkarnain, <https://bengkuluekspress.com/kisah-berdirinya-ptm/>

**Sumber Wawancara:**

Anes Mei Zera pada hari Kamis 21 November 2019.

Aprilia Safitri pada hari Sabtu 16 November 2019.

Ayu Widya Sari pada hari Rabu 13 November 2019.

Bella Fadzilla pada hari Selasa 12 November 2019.

Bintang Astina pada hari Jum'at 15 November 2019.

Dea Fitrianti Fadhila pada hari Jum'at 15 November 2019.

Defi Prayoga pada hari Kamis 21 November 2019.

Delta Pratiwi pada hari Jum'at 15 November 2019.

Della Oktavia pada hari Selasa 12 November 2019.

Dian Hutami Wahyudi pada hari Minggu 17 November 2019.

Dicky Andriko pada hari Jum'at 15 November 2019.

Dismika Mayang Sari pada hari Sabtu 16 November 2019.

Eliza Novianti pada hari Kamis 14 November 2019.

Fefi Anggraini pada hari Jum'at 15 November 2019.

Herlina Dewi pada hari Selasa 12 November 2019.

Ifan Yuliansyah pada hari Sabtu 16 November 2019.

Jemi Manopo pada hari Minggu 17 November 2019.

Juwita Annisa pada hari Kamis 14 November 2019.

Kit Yusniana pada hari Sabtu 16 November 2019.

Nada Puspita pada hari Kamis 21 November 2019.

Nurhayah Sormin pada hari Minggu 17 November 2019.

Nurmania Sawitri pada hari Minggu 17 November 2019.

Olla Kurnia Dewi pada hari Jum'at 15 November 2019.

Pego Ari Gunawan pada hari Minggu 17 November 2019.

Pesi Purnama Sari pada hari Sabtu 16 November 2019.

Rahma Tika pada hari Sabtu 16 November 2019.

Ratih Ayu Lestari pada hari Sabtu 16 November 2019.

Reni Mustika pada hari Jum'at 15 November 2019.

Rina Asyfa pada hari Selasa 12 November 2019.

Rosa Trinovita pada hari Selasa 12 November 2019.

Sari Wulandari pada hari Rabu 13 November 2019.

Septi Mayang Sari pada hari Kamis 21 November 2019.

Septia Ulandari pada hari Selasa 12 November 2019.

Wahid Ramadhan pada hari Kamis 21 November 2019.

Yuniarti Komalasari pada hari Selasa 12 November 2019.