

Praktik Penggunaan Merek Dagang pada Warung Cabang Purnama di desa Cukir Perspektif Etika Bisnis Islam^{1*}

Nasrul Umam², Trinah Asi Islami³

^{2,3}Universitas Hasyim Asy'ari

Jl. Irian Jaya No.55, Cukir, Kec. Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61471

Telp. (0321)861719 Fax. (0321)874684

²nasrulumam@gmail.com ³trinahislami@unhasy.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang penggunaan Merek Dagang pada suatu produk yang diperjualbelikan. Penggunaan merek tersebut dibahas dari segi perspektif etika bisnis Islam, sehingga mengetahui bagaimana hukum Islam mengatur tentang norma yang harus diaplikasikan dalam perdagangan. Etika bisnis merupakan tindakan yang diambil atau dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya, salah satunya dengan memberikan perlindungan dan bertanggungjawab atas produk yang dikeluarkan, merek menjadi salah satu upaya dalam hal tersebut. Sebagai salah satu contoh yang dijadikan objek penelitian kali ini adalah warung Bebek Goreng Cabang Purnama yang terletak di desa Cukir. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan praktik penggunaan merek pada usaha tersebut, serta bagaimana perspektif etika bisnis Islam terhadap penerapannya. Jenis penelitian ini menggunakan yuridis-empiris. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis dan pendekatan konseptual. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa warung bebek cabang Purnama tersebut menggunakan merek dagang yang belum memenuhi izin atau belum memiliki legalitas. Berdasarkan perspektif Etika Bisnis Islam Warung bebek cabang Purnama di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang masih belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam, seperti prinsip-prinsip kesatuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggungjawab dan kebenaran.

Kata kunci: merek dagang, etika bisnis islam, warung bebek cabang purnama

Abstract

This research discusses the use of Trademarks on a product that is traded. The use of the trademark is discussed in terms of the perspective of Islamic business ethics, so as to know how Islamic law regulates the norms that must be applied in trade. Business ethics is an action taken or carried out by business actors in running their business, one of which is by providing protection and being responsible for the products issued, the trademark becomes one of the efforts in this regard. As one example that is used as the object of research this time is the Bebek Goreng Purnama Branch shop located in Cukir village. This research aims to explain the practice of using brands in the business, as well as how the perspective of Islamic

¹ Penelitian Mandiri tahun 2024

² Alamat Korespondensi: nasrulumam@gmail.com

³ Email: trinahislami@unhasy.ac.id

business ethics on its application. This type of research uses juridical-empirical. This research uses a phenomenological approach and conceptual approach. The results of the study concluded that the Purnama branch of the duck stall uses a trademark that has not fulfilled the license or does not have legality. Based on the perspective of Islamic Business Ethics, Purnama branch duck stall in Cukir Village, Diwek District, Jombang Regency has not fully implemented Islamic business ethics, such as the principles of unity, balance, freedom of will, responsibility and truth.

Keywords: *trademark, Islamic business ethics, full branch duck shop*

A. Pendahuluan

Islam benar-benar menjadi rahmat bagi seluruh alam, bahkan dalam urusan perdagangan atau bisnis juga diatur beberapa ketentuan untuk membatasi terhadap aktivitas tersebut. Etika bisnis Islam menjadi basis pelaku usaha agar pelaksanaannya memberikan manfaat dan mengandung kemaslahatan sesuai dengan anjuran yang terdapat nas al-Qur'an dan Hadis. Etika dalam bisnis menurut Islam sangatlah penting karena kaitannya dengan hak dan kewajiban yang harus diterima dan diberikan, jika ada ketidakjujuran dan penipuan dalam mencari keuntungan dampaknya akan sangat merugikan pihak lain, sehingga adanya etika bisnis Islam untuk menanamkan pemahaman tentang sikap, sifat dan pola pikir yang sesuai dengan ajaran Islam.⁴

Era yang semakin berkembang ini melahirkan berbagai macam persoalan dengan permasalahan dan pandangan yang berbeda-beda, sehingga pegangan dalam hal ini sangatlah diperlukan untuk menjadi rujukan atau referensi untuk mengatasi atau mencegah terjadinya persoalan serupa di kemudian hari. Al-Qur'an, hadis dan ketetapan para ulama menjadi bagian alternatis utama yang bisa diterapkan, terlebih lagi dalam Islam kegiatan perdagangan/bisnis juga diterapkan beberapa etika yang harus diterapkan demi mencapai kehidupan yang sejahtera dunia akhirat. Adanya etika bisnis Islam bisa menjadi batasan dalam menjalankan bisnis agar tetap berperilaku jujur, adil dan amanah dalam proses mencari keuntungan, karena sejatinya perdagangan memang sebagai pencaharian, namun dengan adanya etika bisnis Islam dapat menjadi pengendali terhadap hal-hal yang dapat merugikan pihak lain demi mencapai keuntungan pribadi.

Salah satu etika dalam berbisnis adalah dengan memberikan jaminan terhadap produk yang dikeluarkan, baik dari segi jaminan kualitas, identitas serta kehalalannya. Identitas meski terdengar tidak terlalu diperhatikan dalam perjalanan bisnis, namun identitaslah yang menjadi wakil terhadap kualitas dan keamanan dari suatu produk. Identitas dapat menjadi pembeda dan juga bisa menjadi perlindungan bahwa yang dikeluarkan tersebut bukanlah sesuatu yang dalam penguasaan orang lain. Identitas suatu produk biasanya dikenal dengan merek.

Merek menjadi bagian dari kekayaan intelektual dalam industri yang menjadi hak penuh pemilik merek dan hal tersebut telah dilindungi oleh HKI. Definisi merek telah dibahas dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan

⁴ Rico Tira Andiansyah, "Tinjauan Etika Bisnis Islam dan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis terhadap Jual Beli Hasil Produksi dengan Bahan Sisa Produk Bermerk", *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, Volume 6, No.2. (2020), hlm 128

Indikasi Geografis, disebutkan bahwa mereka merupakan sebuah tanda yang tanda tersebut dapat ditampilkan secara grafis, baik berupa gambar, logi, nama, kata, huruf, angka atau susunan simbol yang menjadi suatu tanda berbentuk dua dimensi, tiga dimensi suara, hologram atau merupakan kombinasi dari beberapa unsur tersebut sebagai sebuah identitas, pembeda terhadap produk yang dikeluarkan dengan produk orang lain secara individu ataupun badan hukum dalam kegiatan usaha dan bisnis barang ataupun jasa.⁵

Merek menjadi tanda yang dapat dikenal oleh pelanggannya sebagai gambaran terhadap produk yang sudah ditawarkan, sehingga merek memegang reputasi terhadap sebuah produk. Bagi produsen, merek dapat dijadikan sebagai jaminan terhadap kualitas dan pemakaiannya, sehingga dengan adanya merek tersebut, pasar akan memiliki kepercayaan penuh. Merek sangat berpengaruh terhadap citra produk, sehingga dijaga dan dipelihara haknya oleh negara melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) melalui Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham). Penggunaan merek tersebut hanya dapat digunakan oleh pemilik merek atau orang yang direkomendasikan, karena memang konsekuensinya sangat besar, bahkan terhadap penggunaan merek tanpa izin juga diatur sebuah sanksi untuk hal tersebut.⁶ Merek tidak memiliki klasifikasi apakah yang diperdagangkan adalah barang, jasa ataupun barang dan jasa sekalipun. Misalnya juga pada makanan juga tidak ada batasan atau pengecualian untuk memiliki merek dan dilindungi oleh negara.

Jual beli makanan dengan merek yang sudah terkenal saat ini banyak diinginkan oleh para konsumen, termasuk warung yang bernama “Bebek Purnama” yang berlokasi di Jl. Dinoyo, Keputran, Kec. Tegalsari, Kota Surabaya dan sudah berdiri sejak tahun 1992 silam. Asal muasal bernama “Bebek Purnama” ialah karena lokasinya yang berada di seberang bioskop Purnama. Dahulu bioskop Purnama ini merupakan bioskop paling ramai di kota Surabaya sehingga penjual makanan yang berada di sekitar bioskop juga mendapatkan keuntungan dari bioskop tersebut. Seiring berjalannya waktu bioskop Purnama sudah tutup namun warung ini masih berdiri dan masih menggunakan nama Purnama hingga saat ini.⁷

Karena mempunyai nama yang cukup besar dan memiliki beberapa menu andalan yang menjadi ciri khas di warung tersebut, banyak pelaku usaha lain yang membangun usaha warung makanan bebek goreng yang mengatasnamakan “Bebek Purnama”. Salah satu yang menggunakan nama tersebut adalah warung yang berada di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Warung tersebut bernama “Bebek Cabang Purnama” Selain memiliki nama yang sama di warung tersebut juga memiliki beberapa menu yang sama ataupun mirip, sehingga banyak masyarakat mengira warung tersebut itu merupakan cabang dari warung “Bebek Purnama” yang asli.

⁵ Saidin, 2015, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 440

⁶ Martha Eri Safira, 2017, *Hukum Dagang Dalam Sejarah dan Perkembangannya di Indonesia*, Ponorogo: CV. Nata Karya, hlm. 207

⁷<https://www.google.com/amp/s/sandicover.com/food/bebekpurnama/purnama/amp/>, diakses pada tanggal 19 November, 2022.

Maka dalam hal tersebut sudah menjadi hal yang perlu diketahui dan ditanamkan pada setiap orang, bahwa dalam menjalankan bisnis dan memperoleh hasil berupa keuntungan tetap harus mengikuti ajaran agama yang berlaku, baik dari strategi yang digunakan, medianya atau pengaplikasiannya, karena dalam berbisnis sejatinya tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga keberkahan dari hasil bisnis yang dijalankan.

Menjalankan bisnis secara hakikat memang untuk siklus perekonomian masyarakat, sehingga kehidupannya terjamin dengan tersedianya kebutuhan-kebutuhan mereka, pedagang membutuhkan pembeli, pembeli membutuhkan pedagang, siklus tersebut salah satunya menggambarkan bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendirian dan dengan adanya perdagangan tersebut menanamkan nilai-nilai kemanusiaan. Menjalankan bisnis memang tidak lepas dari keuntungan yang diharapkan, namun dalam etika bisnis Islam, keuntungan bukanlah satu-satunya hasil yang diharapkan dalam kegiatan tersebut.⁸

Akan tetapi pada kasus yang terjadi di “Bebek Cabang Purnama” yang berlokasi di Desa Cukir Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang tentang penggunaan merek dagang, dimana pemilik warung yang asli yaitu bernama “Bebek Purnama” yang berdiri sejak tahun 1992 dan telah berbadan Hukum dengan nama Koperasi Bebek Purnama Dengan Nomor AHU 003058.AH.58.01.26.TAHUN2020, dan terdaftar di HaKI BEBEKPURNAMA.IDM0003552. Maka pada kasus seperti ini dapat menimbulkan kerugian, khususnya kerugian yang ditanggung oleh pemilik sah. Sehingga menjadi persoalan etika bisnis Islam karena tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

Melihat uraian tersebut penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih jauh bagaimana perspektif etika bisnis Islam terhadap praktik penggunaan merek dagang pada warung bebek goreng cabang purnama yang mengambil lokasi penelitian di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang.

Penelitian ini menggunakan penelitian yuridis empiris sosiologis. Data kemudian diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, pelaku usaha serta juga melalui beberapa literatur yang memiliki cakupan bahasan serupa. Dari data yang didapatkan tersebut kemudian dianalisis secara induktif ke dalam bentuk paragraf (deskripsi), sehingga dapat lebih mudah dipahami. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis dan pendekatan konseptual.

B. Pembahasan

1. Pengertian, Jenis, Fungsi dan Tingkatan Merek Dagang.

Merek dagang merupakan hak kekayaan industri yang mendapatkan perlindungan dari Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Definisi merek telah dibahas dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (yang selanjutnya disebut UU Merek dan IG), disebutkan bahwa merek merupakan sebuah tanda yang tanda tersebut dapat ditampilkan secara grafis, baik berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka atau susunan

⁸ Fakhry Zamzam, 2020, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, hlm. 6

simbol yang menjadi suatu tanda berbentuk dua dimensi, tiga dimensi suara, hologram atau merupakan kombinasi dari beberapa unsur tersebut sebagai sebuah identitas, pembeda terhadap produk yang dikeluarkan dengan produk orang lain secara individu ataupun badan hukum dalam kegiatan usaha dan bisnis barang ataupun jasa.⁹

Merek dagang menjadi bagian penting dalam pertimbangan pengambilan keputusan bisnis. Hal tersebut karena posisi merek sebagai identitas atau *brand* dari suatu produk. Merek merupakan sebuah aset dari suatu produk yang dapat mendorong popularitasnya. Merek merupakan kekayaan intelektual dengan pengaruh yang cukup besar dalam keputusan pembelian suatu produk, karena kerja merek tidak hanya tentang nama atau logo yang tertera tetapi juga soal perspektif konsumen dan kepuasan konsumen terhadap merek tersebut, sehingga setiap produk dengan merek tertentu akan memiliki nilai pasar yang berbeda tergantung popularitas dari mereknya.¹⁰

Dijelaskan dalam pasal 3 UU Merek dan IG bahwa merek memiliki hak eksklusif yang diberikan oleh pemerintah kepada pemegang hak merek dalam jangka waktu tertentu, baik penggunaannya dilakukan sendiri oleh pemegang hak merek atau dengan memberikan izin penggunaan kepada orang lain. Hak eksklusif tersebut menjadi kekuasaan satu-satunya yang diberikan kepada pemegang hak merek dalam menggunakan merek tersebut.¹¹

Klasifikasi Merek diatur dalam pasal 1 angka 2,3, dan 4 UU Merek dan IG. Merek diklasifikasikan menjadi tiga yaitu (1) Merek Dagang, (2) Merek Jasa, dan (3) Merek Kolektif. Merek dagang adalah merek yang digunakan untuk tujuan perdagangan yang dilakukan oleh individu, kelompok ataupun badan hukum dengan maksud membedakan barang-barang yang sedang ada di pasar perdagangan tersebut. Merek Jasa ini diberikan kepada pelayanan yang digunakan untuk perdagangan oleh individu, kelompok atau badan hukum untuk membedakan jasa-jasa yang sedang sama-sama ditawarkan. Merek kolektif merupakan gabungan penggunaan atas barang dan jasa dengan memakai satu merek sebagai bentuk identitas pembeda dengan produk barang, jasa dan atas produk barang dan jasa lainnya.¹²

Penggunaan merek menjadi upaya yang dilakukan oleh seseorang, kelompok atau badan hukum dalam memberikan jaminan dan perlindungan terhadap produknya, baik jaminan tersebut ditujukan kepada produsen maupun konsumen. Fungsi dari merek yang lain adalah (1) Fungsi pembeda, (2) Fungsi Jaminan, (3) Fungsi promosi, dan (4) Fungsi rangsangan investasi. Fungsi pembeda, yakni merek tersebut ditujukan untuk membedakan produk yang bersangkutan dengan produk kompetitor ataupun produk lainnya, sehingga kualitas dan citra dari produk tidak tertukar. Fungsi jaminan reputasi, yakni penggunaan merek dimaksudkan untuk memberikan identitas, pengakuan serta perlindungan terhadap produk dan konsumen, baik mengenai kualitas maupun

⁹ Op.cit., Saidin

¹⁰ Margono dan Angkasa, 2002, *Hukum Komersialisasi Aset Intelektual*, Jakarta: Grasindo, hlm. 146

¹¹ Martha Eri Safira, 2017, *Hukum Dagang*, Ponorogo: CN.Nakata Karya, hlm. 209

¹² Khoirul Hidayah, 2017, *Hukum HKI*, Malang: Setara Prees, hlm. 55

identitas produk. Fungsi promosi, yakni merek digunakan untuk membangun *brand* agar dapat dikenal dan diakui oleh masyarakat selaku target produk. Dengan penggunaan merek tersebut, produk dapat memiliki reputasi dalam pemasarannya. Fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri, yakni penggunaan merek dapat meningkatkan pertumbuhan industri melalui penanaman modal dari luar negeri maupun dalam negeri dalam bersaing di pasar bebas.¹³

Merek jika dilihat dari perspektif masyarakat terhadap keberadaan merek tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu (1) Merek biasa, (2) Merek Terkenal, dan (3) Merek termasyhur. Merek biasa dilihat dari sisi popularitas dan pengaruhnya serta pengaruhnya terhadap citra produk yang ditawarkan. Tingkatan ini mengidentifikasikan bahwa merek tersebut dinilai kurang memiliki nilai, hal tersebut dipicu oleh kualitas, desain kurang menarik atau misal dari segi pemakaiannya yang tidak efisien. Kategori merek terkenal ketika memiliki daya tarik dan telah menjadi simbol terhadap produknya, sehingga produk apapun yang dikeluarkan oleh merek tersebut atau produk yang memiliki kaitan/berhubungan dengan merek tersebut pasti akan terseret juga produknya karena memang merek sudah punya popularitas yang terkenal di masyarakat. Merek termasyhur cakupannya tidak hanya lokal, nasional, bahkan hingga internasional, sehingga dari bagian negara manapun akan mengenal terhadap merek tersebut karena sudah meluas ke mancanegara. Perbedaan yang bisa dilihat dari merek terkenal dengan merek termasyhur dapat dilihat dari status dan lapisan konsumen serta luasnya market yang dimiliki. Biasanya merek dengan kategori ini merupakan kebutuhan dasar masyarakat sehingga penggunaannya dan kebutuhannya secara terus menerus. Tingkatan tersebut menggambarkan persepsi masyarakat terhadap suatu produk dan merek sebagai pihak luar yang mengkonsumsi, sehingga kemasyhuran dan terkenalnya sebuah produk tidak dapat dipalsukan karena seiring berjalannya waktu akan diketahui juga.¹⁴

2. Pengertian, Prinsip-prinsip, Fungsi dan Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Kata Etika aslinya dari bahasa Yunani kuno dengan kata *ethos* yang merupakan bentuk tunggal dengan arti kebiasaan-kebiasaan tingkah laku manusia; adat; ahlak; watak; perasaan; sikap dan cara berpikir yang baik. Etika ditujukan pada tingkah atau perbuatan seseorang, baik itu benar atau salah. Etika juga diartikan sebagai *the discipline which can act as the performance index or reference for our control system*, yakni refleksi diri, kendali diri terhadap dirinya sendiri.¹⁵

Etika merupakan pengaturan tentang keilmuan dengan bahasan yang meliputi tingkah laku yang baik dilakukan dan yang buruk untuk ditinggalkan. Etika mengacu pada tingkah laku serta norma yang harus dijaga dan dijunjung tinggi. Allah menegaskan dalam Qs. Al-Baqarah ayat 263,

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَدَىٰ ۖ وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ

¹³ Anis Mashdurohatun, 2013, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, Semarang: Madina, hlm. 52

¹⁴ Muhammad Djakfar, 2016, *Hukum Bisnis (Membangun wacana interaksi perundangan nasional dengan syariah)*, Malang: UIN-Maliki Press, hlm. 353.

¹⁵ Fajlurrahman Jurdi, 2022, *Etika Profesi Hukum*, Jakarta: Prenadamedia Group, hlm. 5

“Ucapan yang mengandung kebaikan dan memberikan maaf, lebih baik dari melakukan sedekah namun dilanjutkan dengan suatu yang menyakitkan penerima. Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun.”¹⁶

Bisnis merupakan kegiatan atau aktivitas yang dimaksudkan untuk menukarkan hak atas barang, jasa atau barang dan jasa untuk keuntungan bersama kedua belah pihak. Bisnis juga diartikan sebagai suatu kegiatan perorangan yang terorganisir untuk mengeluarkan atau mendatangkan barang/jasa demi mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.¹⁷

Etika bisnis merupakan sebuah tindakan yang seharusnya dilakukan oleh seseorang dalam menjalankan bisnisnya berdasarkan norma bisnis dan norma kemasyarakatan. Kegiatan bisnis harus selalu sesuai dan masuk akal dengan norma dan etika yang berlaku dalam hukum Islam. Pelaku harus menanamkan sifat kemanusiaan dan kejujuran dalam menjalankannya, karena sebagai muslim yang sejati mementingkan hubungannya dengan Tuhan, hubungannya dengan sesama serta hubungannya dengan alam.¹⁸

Etika bisnis merupakan jelmaan dari moral atas perilaku seseorang yang penerapannya dilakukan dalam kegiatan perdagangan, baik etika yang diterapkan tersebut adalah baik ataupun buruk. Sehingga disebutkan juga bahwa etika bisnis merupakan perangkat yang berisikan norma yang harus dijunjung tinggi oleh pelaku bisnis saat melakukan perdagangan untuk tujuan bisnis dan kemaslahatan dunia akhirat. Allah menjelaskan dalam Qs. An-Nisa’ ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai yang beriman, tidak boleh bagimu makan harta orang lain dengan cara yang salah. Kecuali harta itu kamu dapatkan dari hasil perniagaan yang berprinsip pada sama-sama rela, dan jangan pula kamu membunuh dirimu sendiri karena sesungguhnya dirimu dipenuhi kasih sayang Allah.”¹⁹

Dari beberapa penjelasan sebelumnya dan juga diperkuat dengan firman Allah tersebut, maka dapat diambil sebuah kesimpulan tentang etika bisnis Islam adalah diterapkan sebuah tingkah laku seseorang dalam menjalankan bisnis/perdagangan dalam mencapai keuntungan mereka tidak melanggar hak dan kewajiban sesamanya serta tetap berpegang teguh terhadap norma ajaran agama Islam.²⁰

Penerapan etika bisnis Islam harus berprinsip dasar pada ajaran Islam dengan tetap mengacu pada al-Qur’an, hadis serta ijmak ulama yang sudah disepakati. Beberapa prinsip dasar tersebut adalah sebagai berikut (1) Prinsip

¹⁶ Al-Qur’an Cordova & Terjemah, Kementrian Agama, Bandung: Syamil Quran.

¹⁷ Ika Yunia Fauzia, 2018, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, hlm. 4

¹⁸ Op.cit., Fakhry Zamzam, hlm. 8

¹⁹ Qs. An-Nisa: 29.

²⁰ Iwan Aprianto, 2020, *Etika Konsep Manajemen Bisnis Islam*, Sleman: CV BUDI UTAMA, hlm. 5

kesatuan, (2) Prinsip Keadilan, (3) Prinsip Kehendak Bebas, (4) Prinsip Tanggung Jawab, (5) Prinsip Kebenaran. Prinsip kesatuan terefleksikan dari ketauhidan dengan memadukan setiap aspek kehidupan umat muslim dalam setiap aspek kehidupannya, sosial, ekonomi, politik dan lainnya menjadi kesatuan yang homogen. Adanya prinsip ini menjelaskan bahwa Islam menyatukan keterpaduan antara agama, ekonomi dan lainnya dalam kesatuan. Oleh karena itu hal ini menjelaskan bahwa etika dan bisnis berjalan secara terpadu baik secara vertikal maupun horizontal memiliki kesamaan yang penting dalam Islam. Prinsip keadilan dilakukan dengan perlakuan adil. Adil terhadap segala sesuatunya, adil dalam memberikan hak serta adil dalam melimpahkan tanggungjawab. Menjalani bisnis atau perdangan harus berlandaskan prinsip keadilan. Adil terhadap rekan adil juga terhadap lawan. Prinsip kehendak bebas bukan dimaksudkan untuk bebas melakukan apa saja sesuai dengan kehendak kita, namun kehendak bebas ini mengenai terjadinya transaksi bisnis tersebut atas dasar kehendak pribadi, bukan karena ada paksaan dari orang lain. Kehendak bebas tersebut menjadikan seseorang dapat menjadi aktif berkarya dan bekerja sesuai dengan kemampuannya yang dimiliki. Prinsip Tanggung Jawab berkaitan dengan prinsip sebelumnya, bahwa dari setiap kehendak yang dikehendaki terdapat tanggung jawab yang harus dipenuhi. Pertanggungjawaban menjadi suatu akibat atas setiap tindakan yang diambil dalam menjalankan bisnis. Allah menegaskan dalam Qs. Al-Mudassir ayat 38,

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukan.”²¹

Prinsip Kebenaran. Arti benar dalam ketentuan ini bukan hanya sekadar benar salah, tetapi maknanya lebih dalam lagi, yaki dalam prinsip kebenaran tersebut harus memiliki makna atau efek kebijaksanaan dan kejujuran. Prinsip kebenaran dalam berbisnis dalam konsep etika bisnis Islam adalah adanya niat yang baik dan benar yang ditampakkan melalui perilaku pelaku usaha dalam proses transaksi, menetapkan keuntungan, memperoleh komoditas perdagangan atau hal lainnya yang diterapkan dalam prosesnya. Sehingga dengan adanya etika bisnis tersebut dapat menjaga dan berlaku secara preventif atas munculnya kerugian karena penyalahgunaan hak dan wewenang antara kedua belah pihak. Ketentuan tersebut semakin dikuatkan dengan adanya Nas dalam Qs. Al-Isra’ ayat 35,

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“Dan apabila kamu sedang menakar sesuatu, maka takaran itu harus sempurna. Dan timbanglah sesuatu yang kamu timbang (neraca) dengan sebenar-benarnya. Itu merupakan hal utama bagi dirimu serta akibatnya akan lebih baik.”²²

Adanya penggunaan etika dalam berbisnis tentunya tidak semata-mata hanya soal prosedural tetapi juga terdapat beberapa fungsi yang terkandung di dalamnya. Beberapa fungsi tersebut adalah sebagai berikut (1) Sebagai

²¹Op. cit., Al-Qur’an Cordova & Terjemah.

²² Qs. Al-Isra’: 35.

motivasi dan kemandirian. Adanya etika tersebut dapat menjadi motivasi terhadap pelaku usaha dalam menjalankan pola pikirnya sehingga dapat berjalan di jalan yang benar serta dapat mempertanggungjawabkan setiap perbuatannya. Etika tersebut memberikan fungsi agar manusia dapat berfikir jernih secara kritis dan rasional, dapat memikirkan keuntungan tetapi juga bisa memikirkan agar tidak menipu dan merugikan orang lain; (2) Sebagai pengarah dan pengembangan. Adanya etika yang diterapkan berfungsi sebagai pengendali atau pengingat terhadap setiap masyarakat agar tetap berlaku jujur, adil dan memberikan kemanfaatan kepada sesama. Aturan tersebut akan membawa pada kehidupan yang tertib, bahagia serta sejahtera dengan berpacu pada norma-norma yang telah ditetapkan, sehingga terciptalah kehidupan sosial yang aman dan sejahtera;²³ dan (3) Sebagai solusi. Solusi tersebut diartikan untuk sesuatu yang sudah lewat maupun untuk mengantisipasi agar tidak terjadi permasalahan dalam bisnis tentunya dengan tetap berlandaskan syariat Islam. Fungsinya bisa menjadi referensi dan rujukan terhadap setiap perilaku yang boleh serta yang tidak dalam pengaplikasian bisnis, sehingga tidak ada unsur penipuan dan merugikan pihak lain.²⁴

Dasar hukum etika bisnis Islam dapat dilihat dari Q.S An Nisa ayat 29, dimana Allah menekankan pada ayat tersebut untuk tidak mengganggu sesuatu yang bukan menjadi milik kita, kecuali telah dilakukan dengan cara yang benar menurut aturan muamalah. Adanya etika dalam berbisnis disediakan untuk memberikan jawaban atau solusi terhadap beberapa persoalan yang dalam beberapa waktu ini kian mengalami perkembangan. Etika tersebut dijadikan sebagai pagar atau batasan agar pelaku usaha tidak terjebak dalam sifat dan sikap yang tidak manusia, sehingga merugikan orang lain.²⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai yang beriman, tidak boleh bagimu makan harta orang lain dengan cara yang salah. Kecuali harta itu kamu dapatkan dari hasil perniagaan yang berprinsip pada sama-sama rela, dan jangan pula kamu membunuh dirimu sendiri karena sesungguhnya dirimu dipenuhi kasih sayang Allah.”²⁶

3. Penggunaan Merek Pada Warung Bebek

a. Warung Bebek Purnama Kota Surabaya

Warung bebek goreng purnama Surabaya yaitu berlokasi di Jl. Dinoyo, Keputran, Kec. Tegalsari, Kota Surabaya. Warung ini berdiri sejak tahun 1989 dan bertahan hingga saat ini. Asal-usul nama “Purnama” muncul karena warung tersebut terletak tepat di depan bioskop Purnama kota Surabaya. Warung ini sejak dahulu mengklaim bahwa mereka tidak buka cabang. Pemilik warung bahkan menuliskan di spanduk warungnya bertuliskan “WARUNG PURNAMA: NASI BEBEK GORENG NASI AYAM GORENG TIDAK

²³ Yaksan Hamzah, 2014, *Etika Bisnis Islam*, Makasar: Kretakupa Press, hlm. 18.

²⁴ Johan Arifin, 2009, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, hlm. 76.

²⁵ Abdul Aziz, 2013, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta, hlm. 46.

²⁶ Qs. An-Nisa: 29.

BUKA CABANG”. Klaim ini terpampang jelas dan cukup mencolok. Warung ini buka dari jam 17:00 WIB sampai jam 24:00 WIB. Satu porsi bebeknya dibanderol dengan harga Rp17.000, apabila ditambah nasi menjadi Rp22.000. dan ditambah dengan minumannya menjadi Rp25.000. Penjualan perharinya kurang lebih menjual 50 ekor bebek atau 200 porsi. Omset perhari kurang lebih mencapai Rp4.000.000-Rp5.000.000.²⁷

Pada umumnya merek dagang yang sudah terkenal di masyarakat dan tergolong laris di pasaran menjadi incaran pihak lain untuk ditiru. Ketenaran warung bebek di Surabaya dijiplak oleh banyak warung. Warung yang menjiplak tersebut buka setiap hari mulai dari jam 16:00 WIB sampai 23:00 WIB. Motivasi mereka ingin mendompleng ketenaran merek dan ikut serta meraih keuntungan. Hal ini juga dilakukan oleh pedagang bebek goreng cabang purnama di desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang.

Sementara itu nama “PURNAMA” sudah didaftarkan ke Dirjen HaKI sejak tahun 2020. Merek PURNAMA resmi menjadi Merek dagang dengan nama Koperasi Bebek Purnama. Setiap warung yang menggunakan nama PURNAMA harus mendaftar sebagai anggota koperasi terlebih dahulu. Adanya pendataan ini akan dikenakan biaya pajak di setiap bulannya demi kesejahteraan bersama. Warung yang sudah terdaftar sebagai anggota Koperasi Bebek Purnama sekarang sudah mencapai sekitar 60 warung. Koperasi bebek PURNAMA juga mengatur jarak antar sesama warung bebek cabangnya supaya tidak berdekatan.²⁸

b. Warung Bebek Goreng Cabang Purnama di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang

Warung bebek goreng cabang purnama di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten berdiri sejak tahun 2017 hingga sekarang. Bidang usahanya bergerak di bidang usaha lalapan bebek goreng dan ayam goreng. Lokasi warung bebek goreng ini berada di pinggir Jl. Irian jaya Cukir Diwek Jombang. Warung ini buka mulai dari jam 17:00 - 23:00 WIB. Harga lalapan per porsinya Rp. 15.000, jika tambah nasi menjadi Rp18.000 dan jika ditambah dengan minum menjadi Rp22.000. Omset dari warung ini tidak menentu, terkadang bisa mencapai Rp800.000 sampai Rp1.000.000 perhari, tergantung dari banyaknya pelanggan.²⁹

Penggunaan nama “Purnama” sudah dilakukan dari awal pertama sejak berdirinya warung tersebut. Alasan pemakaian nama “Purnama” memudahkan pemasaran dalam menarik konsumen daripada menggunakan nama mereknya sendiri. Hal ini sudah menjadi fenomena umum karena sudah banyak sekali warung bebek goreng dengan embel-embel nama “Purnama” yang sudah banyak tersebar di kota-kota manapun. Penggunaan merek di warung tersebut memiliki persamaan atau serupa dengan merek dagang yang sudah didaftarkan terlebih

²⁷ Hasil wawancara dengan bapak Ridho pemilik Bebek purnama di Surabaya, pada tanggal 02 April 2023

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Hasil wawancara dengan bapak HM pemilik Bebek cabang purnama di Desa Cukir, pada tanggal 31 Maret 2023

dahulu. Penggunaan merek ini menghasilkan keuntungan yang tidak jujur atau merugikan pihak lain.

Pendaftaran warung ke koperasi Purnama bagi sebagian pedagang sedikit memberatkan. Hal ini dikareakan adanya peraturan pembayaran pajak di setiap bulannya, sedangkan penghasilan barang dagangan setiap harinya tidak menentu. Resep yang digunakan di Warung cabang purnama di Desa Cukir didapatkan melalui teman-teman sesama pedagangnya atau dari mulut ke mulut.³⁰

4. Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap Penggunaan Merek

a. Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Penggunaan Merek Dagang pada Warung Bebek Goreng Purnama di Surabaya

Perspektif Etika Bisnis Islam pada praktik penggunaan merek dagang pada warung Bebek Goreng Purnama di Surabaya dapat dilihat dari 5 prinsip yaitu (1) Prinsip Kesatuan, (2) Prinsip Keadilan, (3) Prinsip Kehendak Bebas, (4) Prinsip Tanggung Jawab dan (5) Prinsip Kebenaran. Dilihat dari prinsip kesatuan, warung bebek Purnama di Surabaya telah memenuhi syarat. Hal ini tampak dengan telah didaftarkannya ke Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham) dengan merek “Purnama”. Adanya pendaftaran ke DJKI diartikan bahwa merek tersebut telah mendapatkan perlindungan hukum dari negara. Dilihat dari prinsip keadilan, warung bebek Purnama Surabaya mensyaratkan setiap warung yang menggunakan nama PURNAMA harus mendaftar sebagai anggota koperasi terlebih dahulu. Apabila sudah dilakukan pendataan akan dikenakan biaya pajak di setiap bulan demi kesejahteraan dan keadilan bersama. Tindakan koperasi ini dilakukan karena di awal yang memiliki hak atas merek tersebut secara hukum dipegang oleh mereka, sehingga penggunaan hak merek oleh pihak lain dikenakan persyaratan tertentu. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Maidah ayat 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman. Jadilah kamu sebagai penegak hukum, karena Allah menjadi saksi yang adil. Dan jangan sampai rasa benci dalam hatimu menjadikan kamu berbuat tidak adil. Berlakulah secara adil, karena keadilan dekat dengan ketakwaan. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, karena sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap segala yang kamu kerjakan.”

Dilihat dari prinsip kehendak bebas dimana dalam etika berbisnis bukan dimaksudkan untuk bebas melakukan apa saja sesuai kehendak kita, maka pedagang lain yang akan menggunakan merek Purnama yang sudah terdaftar tersebut harus melakukan upaya tertentu. Upaya tersebut adalah melakukan kerja sama antar warung bebek goreng yang menggunakan nama warungnya (Purnama) dengan mendaftarkan sebagai anggota terlebih dahulu kepada

³⁰ Ibid.,

koperasi sehingga terjalin hubungan yang sama-sama saling menguntungkan. Dilihat dari prinsip tanggung jawab, maka pemerintah (dalam hal ini DJKI) telah memberikan hak atas merek Purnama kepada koperasi sehingga dengan adanya hak tersebut maka pihak pendaftar memperoleh perlindungan hukum dari aksi perbuatan peniruan merek. Hal ini berdasar pada Qs. Al-Mudassir ayat 38. Dilihat dari prinsip kebenaran, setiap melakukan kegiatan bisnis harus dilandasi dengan kebijaksanaan dan kejujuran. Prinsip kebenaran dalam berbisnis dalam konsep etika bisnis Islam adalah adanya niat yang baik dan benar yang ditampakkan melalui perilaku pelaku usaha dalam proses transaksi, menetapkan keuntungan, memperoleh komoditas perdagangan atau hal lainnya yang diterapkan dalam prosesnya. Sehingga dengan adanya etika bisnis tersebut dapat menjaga dan berlaku secara preventif atas munculnya kerugian karena penyalahgunaan hak dan wewenang antara kedua belah pihak. Dalam hal ini warung bebek purnama Surabaya menggunakan namanya sendiri yaitu “Purnama” yang sudah didaftarkan ke dirjen HKI sehingga menjalin konsep kebenaran tanpa adanya peniruan nama.³¹

b. Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Penggunaan Merek Dagang pada Warung Bebek Goreng Cabang Purnama di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang

Perspektif Etika Bisnis Islam pada praktik penggunaan merek dagang pada warung Bebek Goreng Cabang Purnama di Desa Cukir, Kecamatan Diwek dapat dilihat dari 5 prinsip yaitu (1) Prinsip Kesatuan, (2) Prinsip Keadilan/Keseimbangan, (3) Prinsip Kehendak Bebas, (4) Prinsip Tanggung Jawab dan (5) Prinsip Kebenaran. Dilihat dari prinsip kesatuan, menurut pedagang yang bernama pak HM menuturkan bahwasannya dalam berdagang rezeki sudah diatur oleh Allah SWT, Pada warung bebek goreng cabang purnama di Desa Cukir belum memiliki izin atas penggunaan nama “Purnama” di warungnya, adapun alasan kenapa menggunakan nama “Purnama” karena lebih memudahkan dalam segi pemasarannya. Dilihat dari prinsip keadilan/keseimbangan, pada warung bebek goreng cabang purnama di Desa Cukir belum memiliki legalitas atau belum terdadar, sehingga tidak ada persetujuan dari pemilik asli merek terkait penggunaan nama Purnama yang dilakukan oleh warungnya. Dalam konsep keseimbangan pak HM menuturkan bahwa rezeki orang tergantung masing-masing karena sudah diatur oleh Allah SWT, walaupun menggunakan nama tiruan belum tentu pihak Purnama asli rugi atau ada ketidakseimbangan bisnis dilihat dari lokasi juga yang sangat jauh sehingga tidak ada persaingan dalam mendapatkan konsumen. Dilihat dari prinsip kehendak bebas, warung bebek goreng cabang purnama di Desa Cukir menyatakan bahwa warungnya tidak ada kerjasama antara warung Purnama (*Pemilik merek*) atas penggunaan nama yang ada di warungnya. Dilihat dari prinsip Tanggung Jawab, warung bebek goreng cabang purnama di Desa Cukir menggunakan nama merek orang lain dalam pemasarannya tanpa memikirkan dampaknya yang merugikan pemilik asli merek. Dilihat dari prinsip kebenaran, Warung bebek goreng cabang purnama di Desa Cukir tidak

³¹ *Ibid.*,

mengakui atau tidak jujur kepada pemilik merek atas nama yang digunakan pada warungnya, sehingga belum adanya legalitas terhadap nama di warungnya.³²

c. **Analisis Praktik Penggunaan Merek Dagang pada Warung Bebek Goreng Cabang Purnama di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang**

Praktik penggunaan nama merek dagang pada warung bebek cabang purnama di desa Cukir kecamatan diwek kabupaten Jombang belum memiliki legalitas atau tanpa adanya izin terlebih dahulu. Penggunaannya menghasilkan keuntungan yang tidak jujur, dimana secara hukum juga tidak dibenarkan. Merujuk pada regulasi tentang merek, apabila ada penggunaan merek di luar hak dan wewenangnya terhadap merek tersebut, maka akan dikenakan denda hukuman penjara selama lima tahun dan denda uang dua miliar rupiah. Adapun hal ini juga dapat menimbulkan kerugian secara materiil maupun imateriil seperti kerugian terhadap Warung bebek purnama asli yang ada di Surabaya.

Adapun alasan kenapa tidak menggunakan namanya sendiri dan kenapa menggunakan nama "Purnama" sebagai nama warungnya, yaitu karena lebih memudahkan menarik konsumen dalam pemasarannya karena nama "Purnama" yang digunakan juga sudah cukup terkenal dikalangan masyarakat.

Warung bebek purnama di desa Cukir juga sudah mengetahui bahwasanya nama Purnama juga sudah terdaftar di dirjen HKI dan resmi menjadi merek dagang dengan nama Koperasi Bebek Purnama, dengan itu barangsiapa yang menggunakan nama "Purnama" harus mendaftarkan jadi anggota koperasi terlebih dahulu. Warung Warung bebek purnama di desa Cukir juga beralasan jika di daftarkan sebagai anggota "Koperasi Bebek Purnama" sedikit memberatkan karena adanya pajak di setiap bulannya, melihat dari penghasilan perharinya yang tidak menentu. Olahan bebek cabang Purnama di Desa Cukir tak jauh berbeda dengan Bebek Purnama Asli Surabaya. Ragam variasi menu yang dijual sama dengan warung Purnama asli Surabaya. Dalam satu porsi nasi, sepotong paha bebek, siraman bumbu kuning, taburan serundeng, serta lalapan pelengkap dan sambal bajak yang bisa diambil sepuasnya sesuai selera. Untuk harganya juga relatif sama, hampir tak ada sesuatu yang secara spesifik membedakan antara Warung Purnama asli di Surabaya dengan warung bebek cabang purnama di Desa Cukir. Keragaman ini tidak dilihat dari variasi menu masakan saja akan tetapi juga dari spanduk yang dibuat, sehingga secara langsung ataupun tidak langsung dapat membuat konsumen tertipu, menganggap bahwa warung tersebut sama dengan warung yang ada di Surabaya. Terkait dengan resep warung bebek cabang Purnama di Cukir mendapatkan resep dari teman-temannya sehingga tidak menyalahi aturan karena tidak ada tindakan pencurian atau penggunaan resep yang dimiliki oleh pihak bebek purnama Surabaya.

d. **Analisis Praktik Penggunaan Merek Dagang pada Warung Bebek Goreng Purnama di Surabaya**

Praktik penggunaan merek dagang pada warung bebek goreng Purnama di Surabaya sudah memiliki legalitas atau sudah terdaftar nama warungnya ke dirjen HKI sejak tahun 2020 dan sudah resmi menjadi merek dagang dengan

³² *Ibid.*,

nama "Koperasi Bebek Purnama" sehingga sudah mempunyai perlindungan hukum dari negara. Oleh karena itu, warung-warung bebek goreng yang menggunakan nama purnama harus mendaftarkan menjadi anggota koperasi terlebih dahulu karena adanya pendataan dan akan dikenakan biaya pajak di setiap bulannya.

Olahan bebek goreng di warung Purnama asli Surabaya dalam satu porsi berisi nasi, sepotong paha bebek, siraman bumbu kuning, taburan serundeng serta lalapan pelengkap dan sambal bajak yang bisa diambil sepuasnya sesuai selera, model tenda yang digunakan yaitu merupakan ciri khas dengan spanduk berwarna kuning dengan bertuliskan : WARUNG PURNAMA: NASI BEBEK GORENG NASI AYAM GORENG TIDAK BUKA CABANG terpampang jelas dan cukup mencolok.

e. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Penggunaan Merek Dagang pada Warung Bebek Goreng Cabang Purnama di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang

Dalam Hukum Islam, bisnis merupakan kegiatan yang dijadikan sebagai solusi terhadap salah satu sebab perpindahan suatu hak kepemilikan sesuatu yang dialihkan kepada orang lain berdasarkan aturan, sehingga tidak ada pihak yang terpaksa dan tidak merugikan pula.

Berikut akan dipaparkan mengenai analisis penulis terhadap Praktik Penggunaan Merek Dagang pada Warung Bebek Goreng Cabang Purnama di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang perspektif etika bisnis Islam. Pemilik Warung bebek cabang purnama di desa Cukir juga tidak sesuai dengan apa yang diterapkan pada prinsip Etika Bisnis Islam yaitu. Ketidaksesuaian tersebut dapat dilihat dari sudut pandang (1) Kesatuan, (2) Keadilan/Keseimbangan, (3) Kebebasan Berkehendak, (4) Tanggung Jawab, dan (5) Kebenaran. Dilihat dari konsep kesatuan, beberapa kasus yang dijumpai bahwa pelaku usaha masih belum benar-benar memahami dan menerapkan tentang makna ini. Hal ini dibuktikan bahwa pedagang hanya mengejar keuntungan semata tanpa melihat norma-norma, sehingga jauh dari ketentuan Allah. Umat muslim dalam berkegiatan termasuk melakukan bisnis harus sesuai dengan ketentuan Allah. Warung bebek goreng cabang purnama di Desa Cukir yang dimiliki oleh pak HM dalam praktik penggunaan merek dagang tidak sesuai dengan prinsip kesatuan. Pemilik warung dalam melakukan penggunaan nama mereknya tidak memiliki izin terlebih dahulu kepada pemilik asli merek dagang PURNAMA. Hal ini tidak sesuai dengan prinsip Kesatuan (tauhid) karena dapat menimbulkan kerugian terhadap pihak yang mempunyai merek. Prinsip ini memberikan pemahaman dan keyakinan terhadap keterhubungannya dunia akhirat, sehingga dengan kegiatan yang dilakukan oleh pedagang/pebisnis akan juga berhubungan dengan akhirat, sehingga jika hanya keuntungan saja yang dikejar, maka duniawi saja yang akan didapat. Namun apabila kegiatan bisnisnya berdasarkan etika bisnis Islam, maka tidak hanya keuntungan dunia tetapi juga keuntungan akhirat yang didapatkan. Dilihat dari keadilan/keseimbangan, penggunaan merek dagang yang dilakukan pemilik warung bebek cabang purnama di Cukir belum sesuai dengan prinsip keseimbangan dalam etika bisnis Islam. Penggunaan nama merek pada produk yang digunakan belum

mengajukan perizinan kepada pemegang hak merek “Purnama”, sehingga menimbulkan ketidakseimbangan perjalanan bisnis antara pemilik merek dengan pelaku usaha. Dilihat dari kebebasan berkehendak dalam hal ini tindakan warung bebek goreng purnama di Cukir tidak menerapkan hal tersebut. Buktinya adalah tidak melakukan pengajuan kerjasama dengan pemilik merek Purnama yang ada di Surabaya. Secara etika dan hukum hal tersebut telah menyalahi aturan dengan menggunakan merek orang lain tanpa adanya izin dan rekomendasi. Dilihat dari sisi tanggung jawab, pelaku usaha warung bebek cabang Purnama yang ada di Cukir secara etika tidak memiliki rasa dan sikap tanggungjawab terhadap tindakannya. Hal ini dikarenakan pelaku usaha tersebut hanya memikirkan keuntungan dari hasil penjualannya saja, tanpa memikirkan terhadap dampak yang akan diperoleh oleh warung bebek Purnama yang asli. Karena setiap aktivitasnya akan mempengaruhi terhadap merek asli yang ada di Surabaya. Warung bebek Purnama cabang Cukir telah melakukan penipuan dengan mengatasnamakan warung bebek Purnama, padahal sebelumnya belum pernah ada komunikasi terkait perizinan dan rekomendasi dari pemegang merek Purnama. Dilihat dari kebenaran, pemilik warung bebek cabang purnama di Desa Cukir mengakui bahwa nama warungnya itu mengambil atau menggunakan nama merek dagang dari warung bebek purnama (asli) Surabaya. Hal tersebut merupakan tindakan yang tidak jujur karena belum meminta izin kepada pemilik asli merek yaitu pihak Warung bebek purnama Surabaya. Tindakan ini belum sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yakni berkata jujur dan berkata dengan benar. Jika keberadaan merek tersebut diambil dan digunakan tanpa adanya perizinan dari pemilik, tentunya akan mengakibatkan kerugian secara material dan moril serta tidak benarkan dalam etika bisnis Islam, karena dianggap kezaliman. Hak merek merupakan hak yang sudah memiliki perlindungan dari agama dan negara.

f. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Penggunaan Merek Dagang pada Warung Bebek Goreng Purnama di Surabaya

Etika menjadi hal dasar yang akan memberikan pengaruh cukup besar dalam setiap tindakan yang diambil pebisnis dalam menjalankan bisnisnya, sehingga berdasarkan etika bisnis Islam, perilaku seorang muslim harus berdasarkan iman dan Islam. Etika bisnis mengatur sedemikian rupa tentang tata cara berinteraksi dalam penerapan kegiatan perdagangannya. Analisis penulis terhadap Praktik Penggunaan Merek Dagang pada Warung Bebek Goreng Purnama di Surabaya dilihat dari perspektif etika bisnis Islam sudah sesuai. Hal ini dilihat dari (1) Kesatuan, (2) Keseimbangan, (3) Kebebasan Berkehendak, (4) Tanggung jawab, dan (5) Kebenaran. Dilihat dari kesatuan, warung bebek di Surabaya sudah memiliki legalitas karena menggunakan nama merek dagang milik sendiri dengan nama “Purnama”. Nama warungnya sudah terdaftar di Dirjen HaKI di tahun 2020. Hal ini sesuai dengan prinsip kesatuan di mana tidak ada penjiplakan atau penggunaan nama merek orang lain yang dapat menimbulkan kerugian terhadap pihak-pihak tertentu. Dilihat dari keseimbangan, warung Purnama di Surabaya yang merupakan pemilik hak merek yang telah didaftarkan dan telah diakui oleh Dirjen HaKI berhak menggunakan hak merknya sendiri. Dalam hal ini tidak ada pihak yang dirugikan. Berbeda halnya dengan

yang dilakukan oleh warung bebek cabang Purnama di desa Cukir dimana tidak berdasarkan atas persetujuan dengan pemilik nama merek dagang PURNAMA. Oleh karena itu dapat menimbulkan kerugian bagi pemegang hak merek tersebut. Tindakan ini menciptakan ketidakseimbangan antara pelaku usaha lainnya dengan pemegang merek. Dilihat dari kebebasan berkehendak, penggunaan merek yang dilakukan warung bebek goreng Purnama di Surabaya sudah sesuai. Hal ini ditunjukkan warung bebek di Surabaya menggunakan nama sendiri atau tidak mengambil dari nama merek dagang orang lain. Adapun warungnya sudah terdaftar di dirjen HKI dan mendapatkan hak eksklusif merek terdaftar sehingga bebas untuk menggunakan sendiri merek tersebut dalam perdagangan barang dan jasa, atau mengizinkan orang lain menggunakan merek tersebut melalui sebuah lisensi. Dilihat dari tanggung jawab, pemilik Warung Bebek Purnama di Surabaya sudah mempunyai rasa tanggung jawab. Hal ini dibuktikan dengan penggunaan namanya sendiri dan sudah mendaftarkan nama warungnya ke dirjen HKI. Oleh karena itu penggunaan nama pada warungnya sudah jelas atau tidak mengandung gharar. Dilihat dari kebenaran, Warung Bebek Purnama di Surabaya sudah sesuai. Hal ini ditunjukkan dengan kejujurannya dalam menggunakan nama sendiri dan tidak menjiplak milik orang lain, namanya juga sudah terdaftar di dirjen HKI. Hak merek merupakan hak yang harus dilindungi sebagaimana perlindungan harta dan hak milik dalam Islam

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa praktik penggunaan merek dagang pada warung bebek cabang purnama di Desa Cukir tidak sesuai dengan teori etika bisnis Islam. Yakni belum sesuai dengan 5 (lima) prinsip etika bisnis Islam yaitu: kesatuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab dan kebenaran. Secara umum, siapapun dilarang berbisnis dengan hasil zalim. Baik perbuatan dzalim itu dilakukan dengan cara yang curang, menipu, mencuri, dan lain-lain yang merugikan orang lain.

C. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemaparan pada pemaparan data sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik penggunaan merek dagang pada warung bebek goreng cabang purnama di Desa Cukir, bahwasannya warung tersebut menggunakan nama merek dagang yang belum memenuhi izin atau belum memiliki legalitas sehingga melanggar ketentuan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dari warung bebek purnama (asli) Surabaya.
2. Berdasarkan perspektif Etika Bisnis Islam terhadap penunaan merek dagang pada warung bebek cabang purnama di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang belum menerapkan etika bisnis Islam. Dalam hal prinsip-prinsip kesatuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab dan kebenaran.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abdul Aziz, 2013, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta
Al-Qur'an Cordova & Terjemah, Kementrian Agama, Bandung: Syamil Quran

- Anis Mashdurohatun, 2013, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, Semarang: Madina
- Fajlurrahman Jurdi, 2022, *Etika Profesi Hukum*, Jakarta: Prenadamedia Group
- Fakhry Zamzam, 2020, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, Yogyakarta: CV BUDI UTAMA
- Iwan Aprianto, 2020, *Etika Konsep Manajemen Bisnis Islam*, Sleman: CV BUDI UTAMA
- Johan Arifin, 2009, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press
- Khoirul Hidayah, 2017, *Hukum HKI*, Malang: Setara Prees
- Margono dan Angkasa, 2002, *Hukum Komersialisasi Aset Intelektual*, Jakarta: Grasindo
- Martha Eri Safira, 2017, *Hukum Dagang Dalam Sejarah dan Perkembangannya di Indonesia*, Ponorogo: CV. Nata Karya
- Martha Eri Safira, 2017, *Hukum Dagang*, Ponorogo: CN.Nakata Karya
- Muhammad Djakfar, 2016, *Hukum Bisnis (Membangun wacana interaksi perundangan nasional dengan syariah)*, Malang: UIN-Maliki Press
- Saidin, 2015, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Yaksan Hamzah, 2014, *Etika Bisnis Islam*, Makasar: Kretakupa Press

Jurnal

- Rico Tira Andiansyah, "Tinjauan Etika Bisnis Islam dan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis terhadap Jual Beli Hasil Produksi dengan Bahan Sisa Produk Bermerk", *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, Volume 6, No.2. (2020), hlm 128

Internet

- <https://www.google.com/amp/s/sandicover.com/food/bebekpurnama/purnama/amp/>, diakses pada tanggal 19 November, 2022.

Hasil Wawancara

- Hasil wawancara dengan bapak HM pemilik Bebek cabang purnam di Desa Cukir, pada tanggal 31 Maret 2023
- Hasil wawancara dengan bapak HM pemilik Bebek cabang purnama di Desa Cukir, pada tanggal 02 April 2023