

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian menjadi nyawa bagi setiap manusia, masyarakat, bangsa, dan Negara. Disadari atau tidak bahwa setiap manusia di dunia ini tidak akan bisa lepas dari dunia perekonomian. Usaha manusia dalam rangka mewujudkan kesejahteraan hidup di muka bumi sangat berkaitan erat dengan kegiatan ekonomi.

Kegiatan ekonomi adalah kegiatan yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Dapat pula dikatakan, kegiatan ekonomi adalah kegiatan manusia untuk mencapai kesejahteraan. Menurut pandangan Islam, kegiatan ekonomi yang sesuai dan dianjurkan adalah melalui kegiatan bisnis dan juga investasi.

Menurut Muslich (2004:46) bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Saifullah (2011:128) menyatakan selama ini banyak orang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para ‘pelaku bisnis’ menghalalkan segala cara untuk

meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin. Hal ini tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.

Bisnis dalam Islam dapat dipahami sebagai rangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah/kuantitas kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya ada aturan halal dan haram (Zaroni, 2007).

Keterlibatan kaum muslimin di dalam dunia bisnis tentu bukan suatu hal yang baru. Sejak abad 14 Masehi telah ada dan berlangsung hingga sekarang, dan tidak mengejutkan karena Islam menganjurkan umatnya untuk berbisnis. Salah satu yang terlibat adalah Rasulullah. Perjalanan bisnis Rasulullah awalnya dilakukannya sejak Beliau berusia 12 tahun. Ketika itu Beliau melakukan perjalanan dagang ke Syria bersama paman Beliau (Afzalurrahman, 1997:5). Oleh karena itu, beliau tumbuh sebagai wirausahawan yang mandiri di bawah bimbingan paman Beliau. Menjelang dewasa, bisnis paman Beliau mengalami kebangkrutan namun Beliau telah mampu berdiri melakukan kegiatan perdagangan di kota Makkah dengan cara berdagang berkeliling dengan penuh kesungguhan dan dedikasi yang tinggi (Hafidhuddin, 2003:52)

Model berdagang Muhammad yang penuh dengan akhlak karimah ini sering dijadikan panduan bagi pelaku bisnis syariah. Mereka menganggap bahwa

cara-cara bisnis yang dilakukan oleh Muhammad adalah cara-cara yang sangat beradab dan bermoral, tanpa ada penipuan, pendzaliman, apalagi eksploitasi terhadap kelemahan orang lain untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya.

Islam menghalalkan jual beli termasuk juga bisnis. Namun tentu saja orang yang menjalankan bisnis secara islam, harus menggunakan tata cara atau aturan bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pembisnis muslim dan diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapatkan berkah dari Allah SWT.

Menurut Mursi (1997:92) mengartikan motivasi sebagai daya penggerak yang menyebabkan seseorang melakukan suatu perbuatan dengan cara tertentu. Apabila kekuatan itu bersumber dari dalam diri seseorang, maka disebut motif. Sedangkan, daya penggerak yang bersumber diluar diri seseorang, maka disebut intensif. Motif adalah ungkapan dari kebutuhan – kebutuhan individu. Dipandang dari sisi individu, motif – motif merupakan kepribadian dan aspek internalnya. Di sisi lain individu, stimulus merupakan dorongan luar yang merupakan faktor pembantu dalam merealisasikan tujuan.

Produksi merupakan hal yang penting dalam kegiatan bisnis. Secara umum produksi merupakan proses untuk menghasilkan suatu barang dan jasa, atau proses peningkatan utility (nilai) suatu benda. Dalam ekonomi Islam, definisi produksi tidak jauh berbeda dengan apa yang disebutkan diatas. Bedanya,

produksi dalam Islam harus sesuai dengan nilai-nilai syariah dan dalam kerangka halal. Berikut ini adalah beberapa hal yang dijadikan sandaran pengusaha sebagai motivasi dalam memproduksi barang:

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Di satu sisi, era globalisasi memperluas pasar produk dari perusahaan Indonesia. Di sisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang semakin ketat baik antar perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Fenomena persaingan yang ada dalam era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian Indonesia ke mekanisme pasar yang memposisikan pemasar selalu mengembangkan dan memperebutkan pangsa pasar. Salah satu faktor untuk mencapai keadaan tersebut adalah brand (merek). (e-journal.uajy.ac.id di akses 21 september 2014)

Sebagai identitas bagi suatu perusahaan, merek juga menunjukkan kualitas dari produk atau jasa. Merek yang kuat biasanya memiliki keunggulan yang tidak dimiliki merek lainnya. Keunggulan tersebut antara lain adalah kualitas produk atau jasa yang bersangkutan. Hal ini tentu saja memiliki kontribusi yang besar dalam proses pemasaran produk atau jasa tersebut.

Effendi (2007;9) menyatakan bahwa pemasangan label yang baik merupakan salah satu elemen dari strategi produk. Produsen harus memberi merk pada produknya. Merek bisa hanya berupa tempelan pada produk atau gambar yang dirancang dengan baik dan merupakan satu kesatuan dalam kemasan.

Menurut Syafrizal dalam Albar (2012:64) Produk imitasi merupakan produk yang diciptakan dengan mengacu atau meniru pada produk pionir. Imitasi dapat dilakukan dengan meniru desain, membuat produk generik dengan harga yang lebih murah, dan melakukan beberapa penyempurnaan dari produk terdahulu. Schnaars dalam Hasnin (2012:55) imitasi adalah mengkop, dimana imitator secara terus menerus meniru produk pionir.

Sekarang ini banyak beredar barang tiruan yang menggunakan merek dari perusahaan yang telah mapan. Hal ini dilakukan oleh perusahaan pembuat merek imitasi untuk mempermudah pemasaran barang tiruan tersebut dengan cara yang tidak etis. Banyak konsumen yang secara sadar dan sukarela membeli merek imitasi dengan beberapa alasan, antara lain karena harganya lebih murah, kualitas merek imitasi relatif hampir sama dengan merek yang asli, serta prestis yang diperoleh dengan menggunakan merek yang sudah terkenal.

Pada Tahun 2010 peredaran barang palsu dan ilegal di Indonesia mengalami kenaikan, yakni Rp 43 triliun. Pernyataan itu diucapkan wakil menteri perdagangan Indonesia (Wamendag), Bayu Krisnamurthi. Dia menjelaskan, nilai nominal Rp 43 triliun merupakan hasil penelitian dari Universitas Indonesia (UI) pada 2010 sampai tahun 2012, Kemendag sudah menangkap 762 pelanggaran barang beredar, diantaranya berkaitan dengan barang palsu. (www.republika.co.id :2012 diakses 27 agustus 2014)

Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) memaparkan hasil survei terbarunya mengenai peredaran produk palsu terhadap kerugian ekonomi nasional

tahun 2014. Menurut Ketua MIAP Widyaretna Buenastuti, total kerugian akibat peredaran barang palsu tahun 2014 mencapai Rp 65,1 triliun. Kerugian tersebut terdiri dari produk makanan dan minuman sebesar Rp 13,39 triliun, produk pakaian dan barang dari kulit sebesar Rp 41,58 triliun, produk obat-obatan dan kosmetik sebesar Rp 6,5 triliun, serta produk software dan tinta sebesar Rp 3,6 triliun. (<http://m.liputan6.com> :2014 diakses tanggal 22 November 2014)

Para ulama di Tanah Air turut memberikan perhatian yang serius terhadap maraknya praktik pelanggaran HAKI. Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah menetapkan Fatwa Nomor 1 Tahun 2003 tentang Hak Cipta dan Fatwa Nomor 1/MUNAS VII/MUI/15/2005 tentang HAKI. Tidak hanya melanggar agama, tetapi praktek ilegal itu juga dinilai melanggar ketentuan syariat. Surat an-Nisa' ayat 29 secara tegas melarang memakan harta orang lain cara batil (tanpa hak).

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

*Y ayyuha'l-la na man l ta'kul baynakum bilb ili ill -an tak na tij ratan
'antar i'n-minkum. Wa l taqtul anfusakum. Inna'l-laha k nabikum ra man*

"Hai orang 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 adalah Maha Penyayang kepadamu."

Selain itu, Rasulullah bersabda “barang siapa yang melakukan penipuan/kecurangan, maka dia bukanlah dari golongan kami.”(HR. Muslim, no. 164).(Ziyad Ghazal, *Masyru’ Qanun Al Buyu’ fi ad Daulah Al Islamiyyah*, hlm.133-134).

Berdasarkan ayat dan hadist tersebut dapat disimpulkan bahwa Allah dengan tegas melarang umatnya untuk saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil. Sebagai contoh adalah produksi barang imitasi, karena bisnis ini dapat merugikan salah satu pihak.

Tanggulangi merupakan tempat wisata dan pusat oleh-oleh di Sidoarjo. Dimana komoditi yang dijual adalah tas, koper, sepatu, jaket, dompet dan lain lain dengan bahan kulit. Salah satu produsen di Tanggulangi yang memproduksi tas kulit bermula dari usaha turun menurun keluarga. Mulai dari membuat produk sampai mencari barang baku serta pemasaran dan skill yang dimiliki yang menjadikannya mampu mengelola *home industry* yang memiliki dua puluh orang pekerja bekerja dengan telaten dan menghasilkan barang dengan kualitas yang memadai dikerjakan *home industry* tersebut, namun sebagian besar dikerjakan di rumah masing-masing. Selain itu produsen tas kulit menerima pesanan pembuatan tas yang sesuai pesanan bahkan desain dapat dibuat sesuai dengan keinginan pemesan. Menurut produsen tas kulit di Tanggulangi, warna yang sering dicari konsumen yaitu warna coklat dan merah maroon.

Terkenalnya Tanggulangi dalam hal kerajinan kulit juga terdengar oleh negara lain seperti pemerintah Italia yang ingin menguncurkan pinjaman sebesar

150 Milyar untuk mengembangkan industri sepatu di Tanggulangin, Sidoarjo Jawa Timur. Dana tersebut digunakan untuk membangun Pusat Pelatihan Persepatuan Kasual di sentra Industri kerajinan kulit.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bermaksud mengetahui “motivasi pengusaha muslim memproduksi barang imitasi”. Tempat yang akan dijadikan sebagai objek pada penelitian ini adalah pengusaha muslim di Tanggulangin. Objek penelitian ini dipilih, karena Tanggulangin merupakan salah satu tempat produksi barang imitasi di Sidoarjo dengan mayoritas masyarakatnya beragama Islam.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini mencoba menjawab pertanyaan, yaitu: “Apa motivasi pengusaha muslim di tanggulangin memproduksi barang imitasi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi pengusaha muslim memproduksi barang imitasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan akan diperoleh melalui penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah:

- (a) Bagi pemerintah, dapat memberikan fasilitas sarana dan prasarana agar pengusaha muslim ini dengan mudah memasarkan produknya dengan merk sendiri.
- (b) Bagi pengusaha muslim, dapat memberikan pelajaran bahwa memproduksi produk imitasi merupakan hal yang melanggar agama dan hukum.
- (c) Bagi kemajuan ilmu pengetahuan, dapat memajukan usaha mikro di Indonesia.
- (d) Bagi penelitian selanjutnya, dapat dijadikan bahan acuan untuk penelitian yang berkaitan dengan motivasi islam.

1.5 Sistematika Skripsi

Sistematika penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Memuat latar belakang masalah terkait dengan motivasi pengusaha muslim masih memproduksi barang imitasi, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Memuat landasan teori yang terdiri dari konsep

BAB 3 METODE PENELITIAN

Memuat pendekatan penelitian yakni penelitian kualitatif dengan strategi studi kasus. Selain itu dijelaskan ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data baik data primer dan sekunder, prosedur pengumpulan data, dan teknis analisis yakni dengan analisis deskriptif

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Memuat gambaran umum objek penelitian nterpretasi yang merupakan inti dari hasil penelitian yang telah dilakukan, karena menjadi langkah terakhir dari teknik analisis.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Memuat simpulan dan saran dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan.