

**KAJIAN HERMENEUTIKA *DOUBLE MOVEMENT* FAZLUR RAHMAN  
Q.S. AL-NISĀ': 29 TERHADAP ETIKA KONSUMSI PRODUK "KW" DI  
APLIKASI SHOPEE  
SKRIPSI**

**Oleh:**

**Fajar Zikrillah Nurzaman**

**NIM. 210204110095**



**PROGRAM STUDI ILMU AL-QUR'AN DAN TAFSIR  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG**

**2025**

**KAJIAN HERMENEUTIKA *DOUBLE MOVEMENT* FAZLUR RAHMAN  
Q.S. AL-NISĀ': 29 TERHADAP ETIKA KONSUMSI PRODUK "KW" DI  
APLIKASI SHOPEE**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Fajar Zikrillah Nurzaman**

**NIM. 210204110095**



**PROGRAM STUDI ILMU AL-QUR'AN DAN TAFSIR  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG**

**2025**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,

Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **KAJIAN HERMENEUTIKA *DOUBLE MOVEMENT***

**FAZLUR RAHMAN Q.S. AL-NISĀ': 29 TERHADAP ETIKA KONSUMSI**

**PRODUK KW DI APLIKASI SHOPEE**

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika kemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai persyaratan mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 2 Desember 2025

Penulis,



Fajar Zikrillah Nurzaman

NIM. 210204110095

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi Fajar Zikrillah Nurzaman NIM: 210204110095, Program Studi Ilmu Al-Qur'ān dan Tafsir Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

### **KAJIAN HERMENEUTIKA *DOUBLE MOVEMENT***

### **FAZLUR RAHMAN Q.S. AL-NISĀ': 29 TERHADAP ETIKA KONSUMSI PRODUK KW DI APLIKASI SHOPEE**

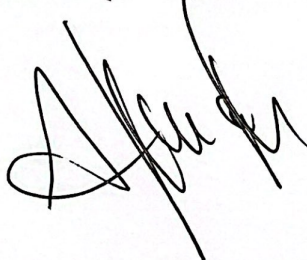
Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Malang, 2 Desember 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Ilmu Al-Qur'ān dan Tafsir



Ali Hamdan, MA, Ph.D

NIP. 197601012011011004

Dosen Pembimbing



Nurul Istiqomah, M.Ag

NIP. 199009222023212031



## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara Fajar Zikrillah Nurzaman NIM: 210204110095, mahasiswa Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

### KAJIAN HERMENEUTIKA *DOUBLE MOVEMENT*

### FAZLUR RAHMAN Q.S. AL-NISĀ': 29 TERHADAP ETIKA KONSUMSI PRODUK "KW" DI APLIKASI SHOPEE

Telah dinyatakan lulus dalam sidang ujian skripsi yang dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2025.

Dengan Penguji:

1. Dr. Nur Mahmudah, M.A.  
NIP. 197607032003122002

( ..... )  
Ketua Penguji

2. Nurul Istiqomah, M.Ag.  
NIP. 199009222023212031

( ..... )  
Sekretaris Penguji

3. Dr. H. Moh. Thoriquddin, Lc., M.HI.  
NIP. 197303062006041001

( ..... )  
Penguji Utama

Malang, 22 Desember 2025

Dekan,



Dr. Hj. Umi Sumbulah M.Ag.  
NIP. 198261998032002

## **PEDOMAN TRANSLITERASI**

### **A. Umum**

Transliterasi ialah pemindah alihan tulisan Arab dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulis judul buku dalam footnote maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang berstandar internasional, nasional maupun ketentuan yang khusus penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas surat keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1998, No. 158/1987 dan 0543. B/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku pedoman Transliterasi Bahasa Arab (A Guide Arabic Transliterasi), INIS Fellow 1992.

### **B. Konsonan**

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

**Tabel 1. 1 Pedoman Literasi**

<b>Huruf Arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Nama</b>
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	Te dan Es
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Dza	Dz	De dan Zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Shad	Sh	Es dan Ha
ض	Dhad	Dh	De dan Ha
ط	Tha	Th	Te dan Ha
ظ	Zha	Zh	Zet dan Ha
ع	‘Ain	‘.....	Apostrof Terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء/أ	Hamzah	.....’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (أ) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

### C. Vokal Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”. *Kasroh* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

**Tabel 1. 2 Pedoman Literasi**

Vokal Pendek		Vokal Panjang		Diftong	
أَ	A		Ā		Ay
إِ	I		Ī		Aw
أُ	U		Ū		Ba’



Vokal (a) panjang =	Ā	Misalnya	قال	Menjadi	Qāla
Vokal (i) panjang =	Ī	Misalnya	قيل	Menjadi	Qīla
Vokal (u) panjang =	Ū	Misalnya	دون	Menjadi	Dūna

Khusus untuk bacaan ya’ nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “I”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ‘ nisbat di akhirnya. Begitu juga, untuk suara diftong wawu dan ya’ setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

**Tabel 1. 3 Pedoman Literasi**

Diftong (aw) =		Misalnya	قول	Menjadi	Qawlun
Diftong (ay) =		Misalnya	خير	Menjadi	Khayrun

#### ***D. Ta’ Marbuthah***

*Ta’ Marbuthah* ditransliterasi dengan “t” jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila *Ta’ Marbuthah* tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya المدرسة الرسالة menjadi *al risalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiridari susunan *mudhaf* dan *mudhaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan

menggunakan “t” yang diambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya في الله رحمة menjadi *fi rahmatillah*.

#### **E. Kata Sandang dan *Lafadh Al-Jalalah***

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafaz jalalah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (idhafah) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imam al-Bukhariy mengatakan....
2. Al-Bukhariy dalam muqaddima kitabnya menjelaskan
3. Billah ‘azza wa jalla

#### **F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan**

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut: “.....Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi, dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat di berbagai kantor pemerintahan, namun....” Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid”, “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata

tersebut sekaligus berasal daribahasa Arab, Namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abdal-Rahman Wahid”, “Amin Rais”, dan bukan ditulis dengan “Shalat”.

## KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT, Tuhan semesta alam. Atas kasih sayang, kekuatan, dan petunjuk-Nya, penulis dapat menuntaskan penyusunan skripsi yang berjudul **“Kajian Hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman Q.S. Al-Nisā’: 29 terhadap Etika Konsumsi Produk "KW" di Aplikasi Shopee”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Al-Qur’ān dan Tafsir, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Salawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, sosok yang telah membawa cahaya ilmu dan akhlak ke tengah kegelapan zaman. Semoga kita semua mampu meneladani perjuangan dan ketulusan beliau, serta mendapatkan syafa’atnya di hari kemudian. Aamiin.

Penelitian ini lahir dari kegelisahan penulis terhadap fenomena yang semakin marak di era digital, yaitu tren membeli dan menggunakan produk tiruan (“KW”) yang banyak dijumpai di platform *e-commerce* seperti Shopee. Melalui penelitian ini, penulis berusaha menghadirkan refleksi etis berdasarkan ajaran Al-Qur’ān dengan pendekatan pemikiran Fazlur Rahman, agar nilai-nilai kejujuran dan tanggung jawab tetap hidup di tengah praktik konsumsi modern.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ali Hamdan, M.A., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Ilmu Al-Qur'ān dan Tafsir Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Nurul Istiqomah, M.Ag., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Ketulusan dan ketelatenan beliau bukan hanya membantu penulis memahami substansi penelitian, tetapi juga mengajarkan arti kesungguhan dan kedisiplinan dalam menuntut ilmu.
5. Seluruh dosen di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menanamkan ilmu dan nilai-nilai kebaikan selama masa studi. Setiap pelajaran dan nasihat yang diberikan menjadi bekal berharga dalam perjalanan akademik maupun kehidupan. Semoga ilmu yang diajarkan menjadi amal jariyah yang terus mengalir hingga akhir zaman.
6. Kepada Ayah dan Ibu tercinta, Bapak Sumarwoto dan Ibu Siti, terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah putus, atas pengorbanan yang tak pernah terhitung, dan atas kasih sayang yang selalu hadir meski tak diminta. Di balik setiap langkah kecil penulis, ada kesabaran dan keteguhan hati kalian yang menjadi sumber kekuatan terbesar. Skripsi ini adalah bentuk kecil dari cinta dan terima

kasih yang takkan pernah sebanding dengan semua pengorbanan yang telah diberikan.

7. Untuk adik-adikku, Anna dan Rafli, terima kasih karena telah menjadi alasan untuk terus berjuang. Senyum dan canda kalian berdua adalah pengingat sederhana bahwa dunia tetap indah meski sedang berat. Semoga kalian tumbuh menjadi pribadi yang lebih kuat, cerdas, dan berani menapaki jalan hidup kalian sendiri.
8. Terima kasih kepada keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, perhatian, dan semangat, baik secara langsung maupun dari kejauhan. Dukungan moral dan kasih sayang yang kalian berikan telah menjadi energi yang menenangkan di tengah padatnya proses penyusunan skripsi ini.
9. Kepada keluarga di Malang, yang telah menjadi tempat bernaung dengan penuh kesabaran dan kehangatan selama menjalani masa perkuliahan. Terima kasih atas segala bantuan, perhatian, dan kebaikan yang tidak akan pernah bisa terbalas sepenuhnya. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dengan pahala dan keberkahan hidup.
10. Keluarga besar Program Studi Ilmu Al-Qur'ān dan Tafsir UIN Malang, khususnya angkatan 2021 dan 2022, terima kasih atas kebersamaan dan perjuangan yang dilalui bersama. Diskusi, tawa, stres, dan semangat yang kita bagi telah menciptakan kenangan serta pelajaran hidup yang tak ternilai. Semoga setiap langkah kita setelah ini tetap membawa nama baik ilmu yang kita pelajari.



11. Kepada teman-teman seperjuangan yang selalu hadir dengan cara masing-masing, memberi semangat, berbagi referensi, membantu membaca ulang tulisan, atau sekadar menemani dalam diam. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Kehadiran kalian membuat proses berat ini terasa lebih ringan dan bermakna.
12. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Setiap perhatian, kebaikan, dan dukungan, sekecil apa pun, menjadi bagian dari proses yang tak tergantikan.
13. Dan terakhir, kepada diriku sendiri, terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tetap berusaha meski sering merasa tidak mampu, tetap menulis meski lelah, dan tetap berdoa meski ragu. Skripsi ini menjadi saksi bahwa perjalanan panjang penuh keraguan dan kelelahan bisa berakhir dengan rasa syukur. Semoga langkah kecil ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih besar dan lebih bermakna.

Dengan tersusunnya penyusunan skripsi ini, penulis menaruh harapan besar agar karya ilmiah yang sederhana ini mampu memberikan kontribusi nyata, baik sebagai pengaya wawasan intelektual maupun sebagai bahan renungan kritis bagi para pembaca sekalian. Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa penelitian ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan masih jauh dari taraf kesempurnaan akibat keterbatasan ilmu dan pengalaman penulis. Oleh sebab itu, penulis sangat terbuka dan menantikan segala bentuk kritik konstruktif serta saran yang membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan dan pengembangan

kualitas penelitian di masa yang akan datang. Semoga setiap ikhtiar, doa, dan proses panjang yang telah ditempuh dalam merampungkan skripsi ini bernilai ibadah di sisi-Nya, dicatat sebagai amal kebaikan yang tiada putus, serta menjadi pijakan awal untuk menebar kebermanfaatan yang lebih luas bagi agama dan masyarakat.

Malang, 2 Desember 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad' or 'Muhammat', with a large, stylized circular flourish on the left side.

Fajar Zikrillah Nurzaman

NIM. 210204110095

## DAFTAR ISI

<b><i>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</i></b> .....	<b><i>i</i></b>
<b><i>HALAMAN PERSETUJUAN</i></b> .....	<b><i>ii</i></b>
<b><i>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</i></b> .....	<b><i>iii</i></b>
<b><i>MOTTO</i></b> .....	<b><i>iii</i></b>
<b><i>PEDOMAN TRANSLITERASI</i></b> .....	<b><i>iv</i></b>
A. Umum .....	iv
B. Konsonan .....	iv
C. Vokal Panjang dan Diftong.....	vi
D. <i>Ta' Marbutah</i> .....	vii
E. Kata Sandang dan <i>Lafadh Al-Jalalah</i> .....	viii
F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan .....	viii
<b><i>KATA PENGANTAR</i></b> .....	<b><i>x</i></b>
<b><i>DAFTAR ISI</i></b> .....	<b><i>xv</i></b>
<b><i>DAFTAR TABEL</i></b> .....	<b><i>xvii</i></b>
<b><i>DAFTAR LAMPIRAN</i></b> .....	<b><i>xviii</i></b>
<b><i>ABSTRAK</i></b> .....	<b><i>xix</i></b>
<b><i>BAB I PENDAHULUAN</i></b> .....	<b><i>1</i></b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Definisi Operasional.....	9
F. Metode Penelitian.....	11
G. Penelitian Terdahulu .....	17
H. Sistematika Penulisan .....	29
<b><i>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</i></b> .....	<b><i>32</i></b>
A. Hermeneutika <i>Double Movement</i> Fazlur Rahman.....	32
B. Qur'an Surat Al-Nisā' Ayat 29 .....	35
<b><i>BAB III PEMBAHASAN</i></b> .....	<b><i>40</i></b>

A. Gerakan Pertama: Analisis Sosio-Historis dan Formulasi Ideal Moral Q.S. Al-Nisā': 29 .....	41
B. Gerakan Kedua: Kontekstualisasi Etika Konsumsi di Era Digital.....	54
<b><i>BAB IV PENUTUP</i></b> .....	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran .....	88
<b><i>DAFTAR PUSTAKA</i></b> .....	<b>90</b>
<b><i>LAMPIRAN-LAMPIRAN</i></b> .....	<b>99</b>
<b><i>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</i></b> .....	<b>102</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pedoman Literasi.....	v
Tabel 1. 2 Pedoman Literasi.....	vi
Tabel 1. 3 Pedoman Literasi.....	viii
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22

## DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1. 1 Alur <i>Double Movement</i> .....	40
---	----



## ABSTRAK

Fajar Zikrillah Nurzaman, NIM 210204110095, 2025. Kajian Hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman Q.S. Al-Nisā': 29 terhadap Etika Konsumsi Produk "KW" di Aplikasi Shopee, Skripsi, Program Studi Ilmu Al-Qur'ān dan Tafsir, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dosen Pembimbing: Nurul Istiqomah, M.Ag.

**Kata Kunci:** Hermeneutika *Double Movement*, Fazlur Rahman, Etika Konsumsi, Produk KW, Q.S. Al-Nisā': 29

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kesenjangan antara ideal moral Al-Qur'ān tentang larangan memakan harta secara *bāthil* dengan realitas konsumsi produk tiruan ("KW") di era digital. Fenomena jual beli produk "KW" di aplikasi Shopee menghadirkan dilema etis di mana transaksi terjadi atas dasar suka sama suka (*'an tarādhin*), namun objek transaksinya melanggar Hak Kekayaan Intelektual (HKI) pihak ketiga. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan etika konsumsi Islam yang kontekstual dengan menerapkan metodologi hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman. Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang menggabungkan studi pustaka (*library research*) dengan pendekatan lapangan virtual (*netnografi*). Data dikumpulkan melalui dokumentasi literatur tafsir dan observasi terhadap ulasan konsumen di Shopee serta diskursus warganet di TikTok menggunakan teknik *purposive sampling*, kemudian dianalisis menggunakan kerangka kerja *Double Movement* dan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan dua temuan utama. (1) Pada Gerakan Pertama, analisis sosio-historis mengungkap Q.S. Al-Nisā': 29 sebagai kritik terhadap hegemoni ekonomi jahiliyah yang manipulatif, sehingga ditemukan tiga prinsip moral universal (ideal moral): Integritas Perolehan (*Anti-Ghashb*), Validitas Keridaan Substantif, dan Tanggung Jawab Sosial Konsumsi. (2) Pada Gerakan Kedua, temuan lapangan memetakan empat motif konsumen (Rasionalitas Ekonomi, *Simulacra*, Defensif & Apatitis, dan Sisa Kesadaran Etika) yang tiga motif pertama terbukti bertentangan dengan prinsip integritas. Penelitian menyimpulkan bahwa keridaan dalam transaksi produk "KW" adalah *ridhā ghairu mu'tabar* (tidak sah) karena objeknya mengandung unsur *ghashb*, *hīlah*, dan *tadlis*. Sebagai sintesis, dirumuskan tiga pilar etika konsumsi baru: Konsumsi Berbasis Integritas, Keridaan yang Kritis, dan Solidaritas Ekonomi.

## ABSTRACT

Fajar Zikrillah Nurzaman, NIM 210204110095, 2025. A Study of Fazlur Rahman's Double Movement Hermeneutics on Q.S. Al-Nisā': 29 Concerning the Ethics of Consuming Counterfeit Products on the Shopee Application. Thesis, Al-Quran and Interpretation Study Program, Faculty of Sharia, State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisor: Nurul Istiqomah, M.Ag.

**Keywords:** Double Movement Hermeneutics, Fazlur Rahman, Consumption Ethics, Counterfeit Products, Q.S. Al-Nisā': 29

This research is motivated by the gap between the Quranic moral ideal regarding the prohibition of consuming wealth unjustly (*bāthil*) and the reality of consuming counterfeit products ("KW") in the digital era. The phenomenon of buying and selling counterfeit products on the Shopee application presents an ethical dilemma where transactions occur based on mutual consent (*'an tarādhin*), yet the object of the transaction violates the Intellectual Property Rights (HKI) of a third party. This study aims to formulate a contextual Islamic consumption ethic by applying Fazlur Rahman's Double Movement hermeneutics methodology. This is a qualitative research that combines library research with a virtual field approach (netnography). Data were collected through documentation of tafsir literature and observation of consumer reviews on Shopee as well as netizen discourse on TikTok using purposive sampling technique, then analyzed using the Double Movement framework and thematic analysis. The results show two main findings. (1) In the First Movement, socio-historical analysis reveals Q.S. Al-Nisā': 29 as a critique of manipulative Jahiliyah economic hegemony, discovering three universal moral principles (ideal moral): Integrity of Acquisition (Anti-*Ghashb*), Substantive Validity of Consent, and Social Responsibility of Consumption. (2) In the Second Movement, field findings map four consumer motives (Economic Rationality, Simulacra, Defensiveness & Apathy, and Residual Ethical Consciousness), of which the first three are proven to contradict the principle of integrity. The study concludes that consent in counterfeit transactions is *ridhā ghairu mu'tabar* (invalid consent) because the object contains elements of *ghashb*, *hīlah*, and *tadlis*. As a synthesis, three new pillars of consumption ethics are formulated: Integrity-Based Consumption, Critical Consent, and Economic Solidarity.

## الملخص

فجر ذكر الله نورزمان، الرقم الجامعي ٢١٠٢٠٤١١٠٠٩٥، سنة ٢٠٢٥م. دراسة تأويلية بمنهج الحركة المزدوجة لفزلور رحمن في تفسير قوله تعالى في سورة النساء: الآية ٢٩ حول أخلاقيات استهلاك المنتجات المقلدة في تطبيق شوبي. بحث تخرّج، قسم علوم القرآن والتفسير، كلية الشريعة، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية بمدينة مالانج. المشرفة: نور الإستقامة، ماجستير في الشريعة

---

**الكلمات المفتاحية:** التأويل بالحركة المزدوجة، فزلور رحمن، أخلاقيات الاستهلاك، المنتجات المقلدة،

سورة النساء: ٢٩

ينطلق هذا البحث من الفجوة بين المثل الأخلاقي القرآني المتعلق بتحريم أكل الأموال بالباطل وواقع استهلاك المنتجات المقلدة ("كاوي") في العصر الرقمي. إن ظاهرة بيع وشراء المنتجات المقلدة في تطبيق شوبي تطرح معضلة أخلاقية حيث تتم المعاملات على أساس التراضي (عن تراضٍ)، لكن موضوع المعاملة ينتهك حقوق الملكية الفكرية لطرف ثالث. يهدف هذا البحث إلى صياغة أخلاقيات استهلاك إسلامية سياقية من خلال تطبيق منهجية التأويلية "الحركة المزدوجة" لفضل الرحمن. هذا البحث هو بحث نوعي يجمع بين الدراسة المكتبية والمنهج الميداني الافتراضي (التنوعغرافيا). تم جمع البيانات من خلال توثيق أدبيات التفسير ومراقبة آراء المستهلكين في شوبي وكذلك نقاشات مستخدمي الإنترنت في تيك توك باستخدام تقنية العينة الهادفة، ثم تحليلها باستخدام إطار عمل الحركة المزدوجة والتحليل الموضوعي. أظهرت النتائج نتيجتين رئيسيتين. (١) في الحركة الأولى كشف التحليل الاجتماعي-التاريخي أن سورة النساء الآية ٢٩ جاءت كنقد للهيمنة الاقتصادية الجاهلية المتلاعبة، مما أدى إلى استنباط ثلاثة مبادئ أخلاقية عالمية (المثل الأخلاقي): نزاهة الكسب، (ضد الغصب)، صحة التراضي الجوهرية، والمسؤولية الاجتماعية للاستهلاك. (٢) في الحركة الثانية حددت النتائج الميدانية أربعة دوافع للمستهلكين (العقلانية الاقتصادية، السيمولاكرا، الدفاعية واللامبالاة، وبقايا الوعي الأخلاقي)، حيث ثبت أن الثلاثة الأولى منها تتعارض مع مبدأ النزاهة. يخلص البحث إلى أن التراضي في معاملات المنتجات المقلدة هو رضا غير معتبر (باطل) لأن الكائن يحتوي على عناصر الغصب، والحيلة، والتدليس. وكخلاصة، تمت صياغة ثلاثة ركائز لأخلاقيات الاستهلاك الجديدة: الاستهلاك القائم على النزاهة، والرضا النقدي، والتضامن الاقتصادي

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Al-Qur’ān, sebagai teks sentral dalam studi Islam, meletakkan prinsip-prinsip universal yang relevan sepanjang zaman, termasuk dalam aktivitas muamalah (transaksi ekonomi). Salah satu landasan utama etika muamalah termaktub dalam Q.S. Al-Nisā’ ayat 29:

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

*“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang bathil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>1</sup>*

Secara historis, ayat ini diturunkan sebagai respons terhadap praktik transaksi yang tidak adil di masyarakat Arab pra-Islam. Menurut Ibn Jarīr al-Thabariy, "banyak orang-orang arab pada waktu itu mereka mencari laba ataupun keuntungan dengan jalan yang tidak sesuai atau jalan yang tidak sah, kemudian melakukan kegiatan-kegiatan tipu menipu." Terdapat pula riwayat

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, “Q.S. Al-Nisa [4]: 29 - Qur’an Kemenag,” Quran Kemenag, diakses 4 November 2025, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=176>.

dari Ibn ‘Abbās yang mencontohkan transaksi *bāthil* sebagai jual beli dengan syarat pengembalian yang merugikan (ada tambahan satu dirham), yang melanggar prinsip keridaan murni. Terlepas dari spesifikasi *asbāb al-nuzūl*-nya, ayat ini meletakkan dua pilar fundamental: (1) Larangan tegas memakan harta dengan jalan *bāthil* (*zhālim*/tidak sah), dan (2) Pengecualian berupa perniagaan yang didasari prinsip *‘an tarādhin* (saling *ridhā*).<sup>2</sup>

Para mufasir klasik seperti Imam Al-Thabariy dan Ibn Katsīr menafsirkan *bāthil* secara legalistik sebagai segala perolehan yang diharamkan syariat (riba, judi, penipuan, perampasan). Mufasir modern seperti M. Quraish Shihab memperluas maknanya sebagai segala transaksi yang "tidak kokoh" landasan keadilannya, seperti monopoli dan eksploitasi.<sup>3</sup> Sementara Wahbah al-Zuhayliy secara tegas mengkategorikan praktik modern seperti bunga bank konvensional ke dalam *bāthil*.<sup>4</sup> Kajian mendalam menunjukkan bahwa pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) seperti memproduksi dan menjual barang “KW” (palsu), secara substantif termasuk kategori *bāthil*, karena merupakan perampasan hak ekonomi (*gashb*) milik produsen asli.

Tantangan fundamental muncul ketika prinsip tekstual ini dihadapkan pada realitas *e-commerce* modern, khususnya di aplikasi Shopee. Dalam

---

<sup>2</sup> Aris Munandar dan Ahmad Hasan Ridwan, “Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba’i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online,” *Rayah Al-Islam* 7, no. 1 (2023), 275-276

<sup>3</sup> Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur’an*, vol. 2 (Lentera Hati, 2002), 411-414 <https://ia803106.us.archive.org/22/items/etaoin/Tafsir%20Al-Mishbah%20Jilid%2002%20-Dr.%20M.%20Quraish%20Shihab.pdf>.

<sup>4</sup> Wahbah al-Zuhayliy, *Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj*, Jilid 3, vol. 3 (Gema Insani, 2016), 55-62 <https://ia803106.us.archive.org/22/items/etaoin/Tafsir%20Munir%203.pdf>.

transaksi produk “KW”, terjadi fenomena *'an tarādhin* (saling *ridhā*) yang problematis: penjual *ridhā* mendapat untung, dan pembeli *ridhā* mendapat barang "mirip" dengan harga murah. Namun, keridaan ini dibangun di atas objek transaksi yang melanggar hak pihak ketiga (pemilik merek asli), sehingga dapat dikategorikan sebagai keridaan yang tidak diakui syariat (*ridhā ghairu mu'tabar*). Fenomena ini menghadirkan kesenjangan antara idealisme moral teks Al-Qur’ān dengan realitas sosiologis yang kompleks.

Untuk menjembatani kesenjangan ini, diperlukan pisau analisis yang melampaui tafsir literalis. Penelitian ini mengadopsi hermeneutika *Double Movement* (Gerakan Ganda) Fazlur Rahman. Metode ini relevan karena menawarkan pendekatan logis, kritis, dan komprehensif untuk "menjawab tantangan fundamental dalam menafsirkan sebuah 'teks tradisional' yang ditulis dalam situasi yang sangat berbeda dengan konteks pembaca modern."<sup>5</sup> Tujuan utamanya adalah menghasilkan pemahaman Al-Qur’ān yang kontekstual, yang dalam penelitian ini digunakan untuk mengkaji etika konsumsi produk “KW”.

Metode *Double Movement* bekerja dalam dua langkah. Gerakan pertama adalah bergerak "dari kini ke masa lalu", dengan mengkaji problem historis di era pewahyuan (konteks *asbāb al-nuzūl* Q.S. Al-Nisā’: 29) untuk "menggali dan mensistematisir prinsip-prinsip umum, nilai-nilai dan tujuan jangka panjangnya" dari larangan *bāthil* dan perintah *'an tarādhin*. Gerakan kedua adalah bergerak "dari masa lalu ke kini", membawa prinsip-prinsip umum

---

<sup>5</sup> Fahrudin Faiz Ali Usman, *Hermeneutika Al-Qur’an: Teori, Kritik dan implementasinya*, 1 ed. (Dialektika, 2019), 29-35



tersebut untuk "ditubuhkan dalam konteks sosio historis yang kongkret di masa sekarang," yakni menilai fenomena etika konsumsi produk “KW” di Shopee. Jika kedua gerakan ini terwujud, Fazlur Rahman meyakini bahwa "perintah-perintah Al-Qur’ān akan menjadi hidup dan efektif kembali."<sup>6</sup>

Konteks "kekinian" dari penelitian ini adalah masifnya peredaran produk “KW”, yang difasilitasi oleh dominasi platform digital. Tren belanja daring di Indonesia menunjukkan 59,3% masyarakat berbelanja daring setiap minggu.<sup>7</sup> Shopee sebagai salah satu platform *e-commerce* yang tersedia, memegang dominasi sebagai aplikasi belanja online terunggul di Indonesia, mengungguli platform lain dalam hal jumlah pengunjung (161 juta per Mei 2023), jumlah transaksi (51% saat Ramadan 2023), dan tingkat kepuasan tertinggi (62% merekomendasikan Shopee).<sup>8</sup> Dominasi Shopee ini, sayangnya, berbanding lurus dengan suburnya pasar produk “KW”.

Produk “KW”, yang merupakan istilah slang dari kata "kwalitas", merujuk pada barang tiruan yang dibuat untuk meniru produk orisinal.<sup>9</sup> Barang jenis ini umumnya diproduksi tanpa izin resmi dan sering kali memiliki standar

---

<sup>6</sup> Rifki Ahda Sumantri, “Hermeneutika Al-Qur’an Fazlur Rahman Metode Tafsir Double Movement,” *Komunika: Jurnal Dakwah STAIN Purwokerto* 7, no. 1 (2013), 7-8 <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/komunika/article/view/364/329>.

<sup>7</sup> Penta Maydita, “Kenapa Tren Belanja Online di Indonesia Meningkat?,” *RRI: Radio Republik Indonesia* (Jakarta), 15 Agustus 2024, <https://rri.co.id/bisnis/903291/kenapa-tren-belanja-online-di-indonesia-meningkat>.

<sup>8</sup> Tim Redaksi, “Dominasi Pasar E-Commerce, Shopee Unggul dari Para Pemain Lain,” *CNN Indonesia* (Jakarta), 26 Juli 2023, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain>.

<sup>9</sup> Muchammad Galih Yuliansyah dkk., “Perlindungan Konsumen: Kajian Hukum terhadap HP KW Bermerek yang Terdaftar Di Platform E-Commerce Shopee,” *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING: Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa* 2, no. 6 (2024), 358 <https://doi.org/10.61722/jipm.v2i6.566>.

kualitas yang rendah.<sup>10</sup> Fenomena ini didorong oleh kondisi ekonomi masyarakat menengah ke bawah yang memiliki daya beli rendah namun terdorong euforia tren dan budaya konsumerisme untuk tampil menarik, khususnya di kalangan anak muda dan mahasiswa.<sup>11</sup> Data dari Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) mencatat kerugian negara akibat produk palsu mencapai Rp291 triliun, dengan potensi kehilangan pajak Rp. 967 miliar.<sup>12</sup> Bahkan, temuan menyebutkan sekitar 40% produk yang beredar di *e-commerce* Indonesia adalah produk palsu.<sup>13</sup>

Dalam merespons fenomena ini, hukum positif Indonesia telah mengaturnya dalam beberapa pasal. Rantai peredaran barang “KW” (produsen, importir, distributor, *seller*) diancam oleh berbagai regulasi, seperti: (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek);<sup>14</sup> (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK);<sup>15</sup> dan (3) Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang

---

<sup>10</sup> Tim Redaksi, “Hukum Penjualan Produk KW,” Am Badar: Intellectual Property Law Firm, 25 Februari 2021, <https://ambadar.com/id/insights/trademark/hukum-penjualan-produk-kw/>.

<sup>11</sup> Muhamad Syafik Muafa, “Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Perilaku Pembelian Sepatu KW oleh Mahasiswa IAIN Kediri (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah)” (SKRIPSI, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024), 4.

<sup>12</sup> Kiki Safitri dan Aprillia Ika, “Kosmetik, Oli, hingga Tinta Printer Sering Dipalsukan, Negara Rugi Rp 291 Triliun,” Kompas (Jakarta), 13 September 2023, <https://money.kompas.com/read/2023/09/13/145918926/kosmetik-oli-hingga-tinta-printer-sering-dipalsukan-negara-rugi-rp-291-triliun>.

<sup>13</sup> Tim Redaksi, “Video: Banjir Barang Palsu di E-Commerce Bikin Resah, Kita Bisa Apa?,” *CBNC Indonesia* (Jakarta), 22 November 2024, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20241122162657-8-590400/video-banjir-barang-palsu-di-e-commerce-bikin-resah-kita-bisa-apa>.

<sup>14</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, Legislation 20, Lembaran Negara Republik Indonesia (2016).

<sup>15</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Legislation 8, Lembaran Negara Republik Indonesia (1999).

Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).<sup>16</sup> Hukuman pidana penjara dan denda substansial (hingga miliaran rupiah) menanti para penjual (*seller*) dan produsen.<sup>17</sup> Namun, hukum positif memiliki satu celah fundamental: konsumen. Pihak konsumen tidak dapat dipidana selama membeli atau menggunakan barang “KW” untuk keperluan pribadi. Jika konsumen tertipu, hukum justru memposisikan mereka sebagai korban yang dilindungi oleh Pasal 4 UUPK dan berhak atas ganti rugi.<sup>18</sup> Dalam perspektif ini, konsumen dibebaskan dari tanggung jawab hukum, padahal tingginya permintaan dari merekalah yang menjadi motivasi utama suburnya industri produk “KW”.

Berbeda dengan hukum positif, hukum Islam melalui Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 1 Tahun 2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) mengambil sikap yang berbeda secara fundamental. Fatwa ini menetapkan HKI sebagai salah satu *huqūq māliyyah* (hak kekayaan) yang dilindungi syariat. Konsekuensinya, fatwa MUI dengan tegas menyatakan bahwa setiap bentuk pelanggaran HKI, termasuk "menggunakan" dan "memakai" HKI milik orang lain "secara tanpa hak", adalah sebuah kezaliman dan hukumnya haram. Dari kacamata fatwa ini, konsumen yang secara sadar membeli dan menggunakan produk “KW” tidak bebas dari tanggung jawab; ia turut serta dalam perbuatan haram.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia (2024).

<sup>17</sup> Lihat Pasal 100 UU No. 20 Tahun 2016 dan Pasal 62 UU No. 8 Tahun 1999.

<sup>18</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>19</sup> Majelis Ulama Indonesia, Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) (Jakarta, 2005), 469-471

Meskipun demikian, pendekatan fatwa MUI tersebut, meski tegas, masih bersifat final dan cenderung *zhāhiriyy* (literalis). Pendekatan tersebut belum menyediakan ruang yang memadai untuk menganalisis kompleksitas etika di balik tindakan konsumsi, yang dalam realitasnya didorong oleh beragam motif, niat, dan kondisi sosial-ekonomi. Sebagaimana Q.S. Al-Mā'idah ayat 3 mengindikasikan bahwa dalam kondisi terpaksa (*dharūrah*) dan tanpa niat sengaja, perbuatan yang dilarang pun dapat dimaklumi Allah.<sup>20</sup> Di sinilah letak urgensi penelitian ini: hukum positif melepaskan konsumen, sementara fatwa MUI mengharamkan secara literal.

Berdasarkan penelusuran, penelitian terdahulu umumnya berfokus pada penjual, di pasar konvensional, dan menggunakan pendekatan hukum positif atau fikih. Sejauh ini, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik mengkaji etika konsumen (pembeli) produk "KW" di konteks pasar daring (Shopee) dengan menggunakan pendekatan tafsir Al-Qur'an berbasis hermeneutika *Double Movement*. Oleh karena itu, penelitian ini diajukan untuk mengisi celah tersebut, dengan menerapkan hermeneutika Fazlur Rahman pada Q.S. Al-Nisā': 29 untuk melampaui sekadar penghakiman "halal-haram" yang kaku, dan beralih pada analisis etis yang lebih mendalam dan kontekstual terhadap perilaku konsumen di Shopee.

---

<sup>20</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, "Q.S. Al-Maidah [5]: 3 - Qur'an Kemenag," Qur'an Kemenag, diakses 2 November 2025, <https://quran.kemenag.go.id/>.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gerakan pertama hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman menganalisis makna sosio-historis dan memformulasikan ideal moral Q.S. Al-Nisā': 29?
2. Bagaimana gerakan kedua hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman mengkontekstualisasikan dan mensintesis ideal moral Q.S. Al-Nisā': 29 terhadap fenomena konsumsi produk "KW" di aplikasi Shopee?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menjelaskan bagaimana gerakan pertama hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman menganalisis makna sosio-historis serta memformulasikan ideal moral Q.S. Al-Nisā': 29.
2. Menjelaskan bagaimana gerakan kedua hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman mengkontekstualisasikan serta mensintesis ideal moral Q.S. Al-Nisā': 29 terhadap fenomena konsumsi produk "KW" di aplikasi Shopee.

## **D. Manfaat Penelitian**

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam memperkaya khazanah metodologi tafsir tematik (*mawdhū'iy*) di Indonesia dengan menerapkan metode hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman pada isu muamalah kontemporer seperti perdagangan digital. Selain itu, penelitian ini juga menawarkan pengayaan studi etika konsumsi Islam melalui

kerangka etika yang lebih dinamis dan kontekstual mengenai fenomena produk “KW”, melampaui pendekatan fikih yang legalistik, serta berupaya menjembatani keilmuan antara studi teks Al-Qur’ān (khususnya Q.S. Al-Nisā’: 29) dengan studi sosiologi dan perilaku konsumen di era digital

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan panduan etis dan pencerahan bagi konsumen Muslim, khususnya pengguna Shopee, dalam menyikapi dilema terkait pembelian produk “KW”, sehingga dapat membentuk kesadaran konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah bagi akademisi dan peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji fenomena serupa. Terakhir, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi lembaga keagamaan seperti MUI, ormas Islam, dan para pendidik (dai) dalam merumuskan materi edukasi dan dakwah yang lebih komprehensif dan relevan dengan realitas etika konsumsi di dunia digital saat ini.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk menjaga fokus, arah pembahasan dan menghindari ambiguitas makna, beberapa istilah pokok dalam penelitian ini perlu diberi batasan definisi operasional. berikut adalah beberapa istilah pokok yang akan didefinisikan secara operasional dalam penelitian ini:

### **1. Hermeneutika Double Movement**



Hermeneutika *Double Movement* adalah metode penafsiran logis, kritis, dan komprehensif dari Fazlur Rahman yang dirancang untuk menghasilkan pemahaman Al-Qur’ān yang sistematis dan kontekstualis guna menjawab persoalan kekinian, sekaligus menghindari penafsiran atomistik dan literalis. Sebagai pisau analisis utama dalam penelitian ini, metode tersebut diterapkan secara operasional melalui dua langkah sistematis: (1) Gerakan Pertama (dari Kini ke Masa Lalu), yang bergerak dari konteks kekinian untuk mengkaji situasi dan problem historis di masa Al-Qur’ān diturunkan, dengan tujuan menemukan prinsip etis-moral universal dari Q.S. Al-Nisā’: 29; dan (2) Gerakan Kedua (dari Masa Lalu ke Kini), yang membawa prinsip-prinsip universal tersebut kembali ke masa kini untuk ditubuhkan dan diterapkan sebagai standar etika dalam menilai fenomena konsumsi produk “KW” di aplikasi Shopee dalam konteks sosio-historis kontemporer.<sup>21</sup>

## 2. Produk “KW”

Produk “KW”, yang merupakan fenomena dan objek kajian ini, merujuk pada produk tiruan, palsu, imitasi, atau non-orisinal yang diproduksi dengan meniru desain, merek, atau logo dari produk asli yang telah memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HKI), yang dilakukan tanpa izin dari pemegang hak merek. Secara operasional, fokus penelitian ini adalah pada produk “KW” yang diperjualbelikan secara terbuka di aplikasi Shopee dan menjadi objek konsumsi. Istilah “KW” sendiri adalah singkatan atau istilah slang di Indonesia yang

---

<sup>21</sup> Rifki Ahda Sumantri, “Hermeneutika Al-Qur’ān Fazlur Rahman Metode Tafsir Double Movement.”, 7-8

berasal dari kata "Kualitas" (atau "kwalitas"), yang dalam praktiknya digunakan untuk mengklasifikasikan tingkatan atau *grade* dari sebuah produk tiruan, mulai dari yang kualitasnya paling rendah hingga yang paling mirip dengan aslinya (seperti "KW" Super, "KW" 1, "KW" 2, dan seterusnya), di mana produk-produk ini sering kali memiliki kualitas rendah dan tidak memenuhi standar dibandingkan produk orisinal.<sup>22</sup>

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini dapat dikategorikan sebagai studi pustaka (*library research*). Studi pustaka adalah penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut.<sup>23</sup> Sumber data dalam studi pustaka diperoleh dari beragam referensi pustaka yang kredibilitasnya telah teruji, mencakup jurnal ilmiah, buku-buku, artikel dan lain-lain.<sup>24</sup>

### **2. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang bertujuan memperkaya pemahaman dengan cara menggali

---

<sup>22</sup> Windya Agustina Ramadhan, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Sepatu Tiruan (KW) (Studi Kasus di Pasar Sarimulyo Kebondalem Purwokerto)" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019), 4-5

<sup>23</sup> Miza Nina Adlini dkk., "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka," *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6, no. 1 (2022): 975.

<sup>24</sup> Rita Kumala Sari, "Penelitian Kepustakaan dalam Penelitian Pengembangan Pendidikan Bahasa Indonesia," *Borneo Humaniora* 4, no. 2 (2021), 60-69 [http://jurnal.borneo.ac.id/index.php/borneo\\_humaniora/article/view/2249/1519#](http://jurnal.borneo.ac.id/index.php/borneo_humaniora/article/view/2249/1519#).

fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, meliputi perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan.<sup>25</sup> Metode ini berfokus pada pemahaman mendalam dalam konteks alamiah, dengan temuan dideskripsikan melalui kata-kata. Tujuannya adalah memahami pengalaman subjek (terkait perilaku, persepsi, atau motivasi) dari sudut pandang pelakunya sendiri.<sup>26</sup> Ciri khas metode ini adalah menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci, menggunakan analisis induktif, serta mengutamakan kedalaman makna daripada generalisasi.<sup>27</sup> Secara spesifik, penelitian ini menerapkan dua pendekatan analisis:

- a) Pendekatan hermeneutika *Double Movement* (Gerakan Ganda) Fazlur Rahman, yang dipilih karena relevan untuk menjembatani teks suci masa lalu dengan problematika sosial kontemporer. Pendekatan ini akan difungsikan sebagai kerangka analisis untuk menghubungkan Q.S. Al-Nisā': 29 dengan fenomena etika konsumsi produk "KW".<sup>28</sup>
- b) Pendekatan Netnografi: Netnografi merupakan sebuah adaptasi metode etnografi yang secara khusus diterapkan untuk meneliti dinamika budaya serta komunitas di ruang siber. Menurut Kozinets, karakteristik fundamental yang membedakan netnografi adalah peralihan medium penelitian, di mana studi lapangan konvensional digantikan oleh interaksi yang dimediasi komputer (internet). Dalam proses pengumpulan data, peneliti membaaur

---

<sup>25</sup> Rizal Safarudin dkk., "Penelitian Kualitatif," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023), 2 <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1536/1131>.

<sup>26</sup> Jatot Digdo Ismoyo, *Metodologi Penelitian Hukum* (Raja Grafindo Persada, 2019), 74 <https://id.scribd.com/document/841635815/Buku-Ajar-Metodologi-Penelitian-Hukum#page=74>.

<sup>27</sup> Rizal Safarudin dkk., "Penelitian Kualitatif," 3

<sup>28</sup> Rifki Ahda Sumantri, "Hermeneutika Al-Qur'an Fazlur Rahman Metode Tafsir Double Movement," 7-8

secara langsung ke dalam komunitas daring untuk melakukan observasi partisipatif.<sup>29</sup> Pendekatan ini digunakan sebagai metode pendukung untuk mengobservasi dan memahami perilaku serta budaya konsumen di komunitas daring (Shopee dan TikTok). Netnografi dipilih karena relevan untuk meneliti interaksi sosial yang termeditasi oleh teknologi internet.

### 3. Sumber Data

Seluruh sumber datanya berasal dari materi tekstual, seperti buku, naskah, dan literatur tafsir yang relevan. Data-data tersebut kemudian dibagi menjadi dua jenis: primer dan sekunder.<sup>30</sup>

- a) Sumber data primer tekstual dalam penelitian ini adalah teks inti yang menjadi objek analisis utama, yaitu Q.S. Al-Nisā' ayat 29.
- b) Sementara itu, data sekunder dalam penelitian ini mencakup dua kategori. Pertama, data teoretis (pendukung), yang terdiri dari literatur tafsir klasik dan kontemporer (seperti tafsir At-Thabari, Ibnu Katsir, Al-Misbah) untuk memahami konteks sosial-historis (*asbāb al-nuzūl*) ayat guna mendukung "Gerakan Pertama". Data ini juga mencakup karya-karya Fazlur Rahman, buku metodologi, jurnal ilmiah, skripsi, dan penelitian terdahulu yang relevan. Kedua, data fenomena (konteks kekinian), yang merupakan data

---

<sup>29</sup> Robert V. Kozinets, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* (SAGE Publications, 2010), 58-59

<sup>30</sup> Erwati Aziz Nashruddin Baidan, *Metodologi Khusus Penelitian Tafsir* (Pustaka Pelajar, 2019), [https://www.researchgate.net/publication/341591626\\_METODOLOGI\\_KHUSUS\\_PENELITIAN\\_TAFSIR](https://www.researchgate.net/publication/341591626_METODOLOGI_KHUSUS_PENELITIAN_TAFSIR).

krusial untuk "Gerakan Kedua". Data ini berupa data tekstual kualitatif dari ruang digital, yakni teks ulasan (*review*) konsumen di aplikasi Shopee dan komentar warganet (*netizen*) di media sosial TikTok yang merekam jejak digital perilaku konsumsi produk "KW".

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mengandalkan dua teknik utama untuk memperoleh data yang relevan, yaitu studi dokumentasi dan observasi. Pertama, metode dokumentasi adalah teknik yang berfokus pada pengumpulan data yang sudah siap atau telah berlalu. Peneliti pada dasarnya mengambil atau menyalin sumber data yang sudah ada, baik berupa tulisan, gambar, maupun karya.<sup>31</sup> Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data primer, yakni Q.S. Al-Nisā': 29, serta data sekunder teoretis yang meliputi kitab-kitab tafsir, buku-buku karya Fazlur Rahman, jurnal ilmiah, dan skripsi yang relevan. Seluruh proses ini dilakukan melalui penelaahan sistematis terhadap dokumen-dokumen tersebut.

Metode kedua adalah observasi, yang didefinisikan sebagai pengamatan sistematis yang berfokus pada fenomena-fenomena yang nampak (terlihat). Tujuannya adalah untuk mendapatkan data hasil pengamatan, yang menurut Faisal (1995: 136), bisa mencakup data tentang keadaan benda, gejala alam, kondisi, situasi, kegiatan, pelaksanaan, hingga tingkah laku atau sifat

---

<sup>31</sup> Sulaiman Saat dan Sitti Mania, Pengantar Metodologi Penelitian: Panduan Bagi Peneliti Pemula, Revisi (Pusaka Almada, 2020), 97-98 <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/17954/1/Pengantar%20Metodologi%20Penelitian.pdf>.

seseorang.<sup>32</sup> Lebih spesifiknya, observasi yang digunakan adalah Observasi Non-Partisipan (Netnografi). Teknik ini digunakan secara khusus untuk mengumpulkan data fenomena kontemporer (data untuk "Gerakan Kedua"). Peneliti melakukan observasi di *platform* Shopee dan TikTok tanpa terlibat aktif dalam interaksi (pasif) dengan detail sebagai berikut:

a) *Teknik Sampling*: Pengambilan data dilakukan dengan teknik *purposive sampling* (sampel bertujuan), yaitu teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang melibatkan pemilihan unit secara sengaja (seperti individu, kasus, atau peristiwa) berdasarkan relevansinya dengan pertanyaan penelitian.<sup>33</sup> Data dibatasi pada tiga kategori produk dengan intensitas pemalsuan tertinggi (Pakaian, Sepatu, Tas) serta konten diskursus yang membahas perilaku masyarakat membeli produk "KW", yang memiliki interaksi (*engagement*) tinggi.

b) *Prosedur*: Penelusuran dilakukan menggunakan kata kunci relevan. Data komentar dan ulasan yang terpilih kemudian didokumentasikan melalui teknik tangkap layar (*screenshot*) yang akan disertakan dalam lampiran, serta disalin ke dalam bentuk transkrip teks untuk keperluan analisis data.

## 5. Metode Pengolahan Data

---

<sup>32</sup> Sulaiman Saat dan Sitti Mania, Pengantar Metodologi Penelitian: Panduan Bagi Peneliti Pemula, 94-95

<sup>33</sup> Omid Tajik dkk., "Purposive Sampling," IJELS: International Journal of Education and Language Studies 2, no. 2 (2024), 1, [https://www.researchgate.net/publication/391849280\\_Purposive\\_Sampling](https://www.researchgate.net/publication/391849280_Purposive_Sampling).

Setelah mengumpulkan data primer dan data sekunder, data diolah melalui beberapa tahapan. Metode pengolahan dalam penelitian ini adalah inti dari penerapan hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman, yang didukung oleh Analisis Tematik (*Thematic Analysis*). Analisis tematik merupakan metode analisis data yang berfungsi untuk menganalisa data dengan tujuan untuk mengidentifikasi pola atau untuk menemukan tema melalui data yang telah dikumpulkan oleh peneliti.<sup>34</sup> Sejalan dengan definisi tersebut, Maguire dan Delahunt (2017) menjelaskan bahwa tujuan utama analisis ini adalah mengenali tema yakni pola data yang dianggap penting atau menarik, untuk kemudian digunakan dalam membahas isu penelitian secara mendalam. Langkah-langkah pengolahan data nya adalah sebagai berikut:

- a) Tahap I (Gerakan Pertama): Berfokus pada analisis data primer (Q.S. Al-Nisā': 29 dan literatur tafsirnya), dengan mengkaji *asbāb al-nuzūl*, konteks sosial-historis Arab saat ayat turun, dan praktik *bāthil* yang dilarang pada masa itu. Tujuannya adalah untuk "menangkap pandangan dunia Al-Qur'ān" dan mengekstrak prinsip moral universal (ideal moral) di balik larangan memakan harta secara *bāthil* dan perintah '*an tarādhin* (saling rela).
- b) Tahap II (Analisis Tematik Data Lapangan): Data transkrip dari hasil Netnografi diolah menggunakan Analisis Tematik. Peneliti melakukan

---

<sup>34</sup> Heriyanto, "Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif," ANUVA 2, no. 3 (2018), 318, <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/3679/2059#>.

pembacaan berulang, reduksi data, dan pemberian kode (*coding*) pada transkrip untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan motif-motif konsumen (seperti motif ekonomi, motif gaya hidup/gengsi, atau sikap permisif) ke dalam tema-tema utama.

- c) Tahap III (Gerakan Kedua): Melakukan sintesis atau kontekstualisasi. Prinsip moral yang ditemukan pada Tahap I digunakan sebagai pisau analisis untuk menilai tema-tema motif yang ditemukan pada Tahap II, menjawab sejauh mana perilaku dan pandangan konsumen tersebut relevan atau bertentangan dengan nilai-nilai etika universal Q.S. Al-Nisā': 29. Hasil akhirnya adalah rumusan etika konsumsi produk "KW" yang relevan dengan konteks kekinian.

## **G. Penelitian Terdahulu**

Untuk memetakan posisi dan kebaruan (*novelty*) penelitian ini, penelaahan akan dimulai dengan membedah tiga variabel spesifik: (1) penelitian terkait hermeneutika *Double Movement*, (2) penelitian terkait Q.S. Al-Nisā': 29, dan (3) penelitian terkait fenomena Produk "KW". Setelah memetakan ketiga area spesifik tersebut, akan ditarik sintesis untuk menunjukkan kekosongan (*research gap*) yang diisi oleh penelitian ini.

Variabel pertama adalah penggunaan hermeneutika *Double Movement* sebagai pisau analisis. Telah ditelusuri beberapa penelitian yang relevan, seperti



kajian tentang fenomena "*Spill the Tea*" (ghibah modern),<sup>35</sup> yang dianalisis menggunakan Q.S. Al-Hujurāt ayat 12, penelitian tentang makna *Ahl al-Bait*,<sup>36</sup> yang dianalisis menggunakan Surah Al-Ahzab ayat 33 untuk merespon fenomena penghormatan berlebihan, dan penelitian tentang konsep *Fasād fī al-Ardʿ* (kerusakan),<sup>37</sup> untuk melihat relevansinya dengan isu kesenjangan ekonomi dan HAM. Persamaan fundamental antara ketiga penelitian tersebut dengan skripsi ini terletak pada metodologi. Semuanya menggunakan hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman sebagai metode analisis utama dengan tujuan serupa, yakni mencari ideal moral atau relevansi etis dari sebuah ayat untuk menjembatani teks Al-Qurʿān dengan problematika sosial kontemporer. Meskipun demikian, perbedaan signifikannya terletak pada objek kajian (fenomena) dan landasan ayat (teks). Tujuan mereka adalah merumuskan etika komunikasi, mengkritik fenomena sosial-akidah, atau memperluas makna *fasād*, bukan menganalisis etika konsumsi atau fenomena produk "KW". Rumusan masalah mereka juga berfokus pada ayat-ayat yang berbeda (Q.S. Al-Hujurāt: 12, Q.S. Al-Ahzab: 33), bukan pada Q.S. Al-Nisā': 29. Oleh karena itu, skripsi ini mengadopsi metodologi *Double Movement* yang telah teruji, namun menerapkannya pada rumusan masalah, tujuan, dan objek kajian yang sama sekali baru.

---

<sup>35</sup> Afifa Ulya Az-Zahra, "Fenomena 'Spill The Tea' Menurut Al-Qur'an: Analisis Q.S. Al-Hujurat Ayat 12 dengan Perspektif Double Movement Fazlur Rahman" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2024).

<sup>36</sup> Ahmad Albar Salim Romadhon, "Aplikasi Double Movement Fazlurrahman Pada Makna Ahl Al-Bait Surath Al-Ahzab Ayat 33" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2024).

<sup>37</sup> Rohmatul Lailiyah, "'Fasad Fi Al-Ard' Perspektif Fazlur Rahman dalam Hermeneutika Double Movement" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020).

Selanjutnya, variabel kedua adalah penggunaan Q.S. Al-Nisā': 29 sebagai landasan teks utama. Penelitian terdahulu yang berfokus pada ayat ini dalam konteks muamalah kontemporer juga telah ditemukan, seperti kajian praktik *Dropship* dalam jual beli online,<sup>38</sup> Abū penelitian tentang *Praktek Bisnis* dalam Al-Qur'an,<sup>39</sup> dan studi *kuantitatif* pengaruh *E-commerce* terhadap Perilaku Konsumen.<sup>40</sup> Persamaan utamanya adalah fokus pada teks Q.S. Al-Nisā': 29 sebagai dalil sentral dalam membedah muamalah di era digital (jual beli online/e-commerce), di mana semua sepakat bahwa prinsip larangan *bāthil* dan keharusan *'an tarāḍin* adalah inti etika bisnis Islam. Namun, perbedaan metodologisnya sangat fundamental. Penelitian-penelitian tersebut menggunakan pendekatan Yuridis Normatif (*Fiqh*) untuk menetapkan status hukum (boleh/tidak boleh), Tafsir Mawdhū'iy (Tematik) untuk mengkompilasi dan menganalisis pandangan mufasir, dan Statistik Kuantitatif untuk mengukur seberapa besar pengaruh e-commerce. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan hermeneutika *Double Movement* untuk menggali ideal moral dan etika-filosofis dari ayat yang sama, sebuah pendekatan yang belum digunakan oleh para pengkaji Q.S. Al-Nisā': 29 dalam konteks e-commerce.

Variabel ketiga, yakni fenomena konsumsi Produk “KW”, juga telah banyak dikaji. Ditemukan penelitian yang mengkaji fenomena ini dari berbagai

---

<sup>38</sup> Sinarsih, “Dropship Dalam Praktik Jual Beli Online Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Kasus di Kelurahan Baruga Kec. Baruga Kota Kendari)” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kendari, 2016).

<sup>39</sup> Muhammad Baha'udin, “Praktek Bisnis Dalam Al-Qur'an (Analisis Q.S. An-Nisa Ayat 29)” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2022).

<sup>40</sup> Devia Chalisa, “Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021).

perspektif. Sebagian besar berfokus pada tinjauan Hukum Islam, seperti penelitian mengenai perilaku pembelian Sepatu “KW”(tinjauan Sosiologi Hukum Islam),<sup>41</sup> Produk Emas “KW”,<sup>42</sup> Produk Tiruan secara umum di mal,<sup>43</sup> dan Sepatu Tiruan di pasar tradisional.<sup>44</sup> Penelitian lainnya cenderung menggabungkan dua perspektif (Hukum Islam dan Hukum Positif), misalnya kajian terhadap Produk Imitasi Fashion (tinjauan *Fiqh/Qiyās* dan UU Hak Cipta),<sup>45</sup> serta Barang Imitasi di pasar konvensional.<sup>46</sup> Ada pula yang murni menggunakan Hukum Positif untuk mengkaji fenomena merek palsu dari sisi perlindungan konsumen,<sup>47</sup> serta penelitian yang berfokus pada Keputusan Pembelian Barang “KW” dari tinjauan Kualitatif-Marketing.<sup>48</sup> Persamaan terkuat dengan skripsi ini terletak pada objek kajian fenomena yang identik, yakni perilaku konsumsi produk “KW”. Sebagian besar penelitian tersebut (seperti Muafa, Safitri, Herawati, Ramadhan, serta sebagian penelitian Sholihah dan Annajiyah) juga menggunakan kerangka Hukum Islam. Akan tetapi, fokus,

---

<sup>41</sup> Muhamad Syafik Muafa, “Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Perilaku Pembelian Sepatu KW oleh Mahasiswa IAIN Kediri (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah).”

<sup>42</sup> Nayunda Mega Safitri, “Praktik Jual Beli Produk Emas Kwalitet (KW) Dalam Perspektif Hukum Islam di Solo Grand Mall (SGM) Kota Surabaya” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022).

<sup>43</sup> Novi Herawati, “Perspektif Hukum Islam mengenai Jual Beli Produk Tiruan di Mega Mall Bengkulu” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2020).

<sup>44</sup> Windya Agustina Ramadhan, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Sepatu Tiruan (KW) (Studi Kasus di Pasar Sarimulyo Kebondalem Purwokerto).”

<sup>45</sup> Solihah Sari Rahayu dkk., “Jual Beli Produk Imitasi Fashion Perspektif Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 Dan Hukum Islam 202,” *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam* (Tasikmalaya), t.t.

<sup>46</sup> Nanan Annaajiyah, “TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI (BAI) BARANG IMITASI (Studi Kasus di Pasar Induk Cipanas Kabupaten Cianjur),” *Muawadah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* (Cianjur) 2, no. 2 (2023), <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4f98f0a42a785/membeli-tas-kw-dapat->.

<sup>47</sup> Abigail Natalia Bukit dkk., “Fenomena Produk dengan Merek Palsu: Perlindungan Konsumen?,” *Journal Sapientia et Virtus* 7, no. 1 (2022), <http://www.hukumonline.com>.

<sup>48</sup> Arkan I Gharzian, “Keputusan Pembelian Barang KW di Kalangan Mahasiswa Salatiga,” *Edunamika: Pendidikan Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana* 2, no. 1 (2018).

tujuan, dan pisau analisisnya berbeda. Penelitian-penelitian tersebut berhenti pada ranah Sosiologi Hukum (mengidentifikasi kesenjangan antara fakta dan hukum) seperti pada penelitian Muafa, penetapan status hukum *Fiqh*/Hukum Positif (mengkaji dari sisi penjual atau legalitas barang), seperti penelitian Sholihah, Safitri, Herawati, Ramadhan, Annajiya, dan Bukit, atau analisis faktor marketing (harga dan gengsi) seperti pada penelitian Gharzian. Tidak ada satupun dari penelitian tersebut yang berupaya menggali dimensi etika-filosofis di balik perilaku konsumsi produk “KW”.

Berdasarkan pemetaan tiga variabel spesifik di atas, posisi dan kebaruan (*novelty*) penelitian ini menjadi sangat jelas. Penelitian yang menggunakan *Double Movement* (Variabel 1) ada, tetapi tidak mengkaji Q.S. Al-Nisā’: 29 atau produk “KW”. Penelitian yang mengkaji Q.S. Al-Nisā’: 29 (Variabel 2) ada, tetapi menggunakan metode *Fiqh*, *Mawdhū’iy*, atau Kuantitatif, bukan *Double Movement*. Demikian pula, penelitian yang mengkaji Produk “KW” (Variabel 3) ada, tetapi menggunakan Sosiologi Hukum, *Fiqh/Qiyās*, atau Marketing, bukan *Double Movement* dari Q.S. Al-Nisā’: 29. Dengan demikian, kekosongan penelitian (*research gap*) terletak pada titik persimpangan (irisan) antara ketiga variabel tersebut. Kebaruan utama dari penelitian ini terletak pada penerapan metodologi hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman (Variabel 1) untuk menganalisis ideal moral Q.S. Al-Nisā’: 29 (Variabel 2) dan menerapkannya secara kontekstual pada etika konsumsi produk “KW” di aplikasi Shopee (Variabel 3).

Berdasarkan pemetaan tiga variabel di atas, *research gap* krusial penelitian ini menjadi sangat jelas: belum ada satupun penelitian yang menggunakan pisau analisis hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman (Variabel 1) untuk mengkaji etika konsumsi produk “KW” (Variabel 3) dengan mendasarkan pada Q.S. Al-Nisā’: 29 (Variabel 2). Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung terpisah: kajian *Double Movement* tidak menyentuh tema “KW”; kajian Q.S. Al-Nisā’: 29 berhenti pada metode *Fiqh*, *Mawdhū’iy*, atau Kuantitatif; dan kajian produk “KW” berhenti pada ranah Sosiologi Hukum, *Fiqh/Qiyās*, atau *Marketing*, tanpa pernah naik ke ranah filsafat moral. Oleh karena itu, penelitian ini secara tegas mengisi kekosongan pada titik persimpangan tersebut dengan tiga pilar kebaruan utama: (1) Secara Metodologis, beralih dari pendekatan legal-formal/*fiqh* menuju filosofis-etis menggunakan *Double Movement* untuk menggali ideal moral (prinsip moral universal) Q.S. Al-Nisā’: 29. (2) Secara Objek, fokus secara khusus tertuju pada pembeli (konsumen) sebagai subjek moral yang tindakannya dianalisis secara etis, bukan sekadar sebagai "korban" atau "pelaku haram". (3) Secara Kontekstual, penelitian ini spesifik mengkaji fenomena di ranah daring (aplikasi Shopee), yang memiliki dinamika sangat berbeda dari pasar konvensional.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Judul	Tahun	Jenis	Persamaan	Perbedaan
1	Afifa Ulya Az-Zahra, “ <i>Fenomena ‘Spill The Tea’ Menurut Al-Qur’ān:</i>	2024	Skripsi	Persamaan fundamental terletak pada metodologi: Sama-sama menggunakan	Perbedaan signifikan terletak pada objek kajian (fenomena <i>Spill the Tea</i> / ghibah modern, bukan

	<i>Analisis Q.S. Al-Hujurat Ayat 12 dengan Perspektif Double Movement Fazlur Rahman</i>			Hermeneutika <i>Double Movement</i> Fazlur Rahman sebagai metode analisis utama untuk mencari ideal moral atau relevansi etis dari sebuah ayat.	Produk “KW”), landasan ayat (Q.S. Al-Hujurat: 12, bukan Q.S. An-Nisa: 29), dan tujuan (merumuskan etika komunikasi, bukan menganalisis etika konsumsi produk “KW”).
2	Ahmad Albar Salim Romadhon, “ <i>Aplikasi Double Movement Fazlurrahman Pada Makna Ahl Al-Bait Surath Al-Ahzab Ayat 33</i> ”	2024	Skripsi	Persamaan fundamental terletak pada metodologi: Sama-sama menggunakan Hermeneutika <i>Double Movement</i> Fazlur Rahman sebagai metode analisis utama untuk mencari ideal moral atau relevansi etis dari sebuah ayat.	Perbedaan signifikan terletak pada objek kajian (fenomena penghormatan berlebihan/akidah, bukan Produk “KW”), landasan ayat (Q.S. Al-Ahzab: 33, bukan Q.S. An-Nisa: 29), dan tujuan (mengkritik fenomena sosial-akidah, bukan menganalisis etika konsumsi produk “KW”).
3	Rohmatul Lailiyah, “ <i>Fasad Fi Al-Ard’ Perspektif Fazlur Rahman dalam Hermeneutika Double Movement</i> ”	2020	Skripsi	Persamaan fundamental terletak pada metodologi: Sama-sama menggunakan Hermeneutika <i>Double Movement</i> Fazlur Rahman sebagai metode analisis utama untuk mencari ideal moral atau	Perbedaan signifikan terletak pada objek kajian (isu kesenjangan ekonomi dan HAM/perluasan makna fasād, bukan Produk “KW”), landasan ayat (konsep <i>Fasād fī al-Ard</i> , bukan Q.S. An-Nisa: 29), dan tujuan

				relevansi etis dari sebuah ayat.	(memperluas makna <i>fasād</i> , bukan menganalisis etika konsumsi produk “KW”).
4	Sinarsih, “ <i>Dropship Dalam Praktik Jual Beli Online Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Kasus di Kelurahan Baruga Kec. Baruga Kota Kendari)</i> ”	2016	Skripsi	Persamaan utama adalah fokus pada teks Q.S. An-Nisa: 29 sebagai dalil sentral dalam membedah isu muamalah di era digital (jual beli online), serta sepakat bahwa prinsip larangan <i>bāthil</i> dan keharusan <i>'an tarāḍin</i> adalah inti etika bisnis Islam.	Perbedaan metodologis sangat fundamental: Penelitian ini menggunakan pendekatan Yuridis Normatif ( <i>Fiqh</i> ) untuk menetapkan status hukum ( <i>boleh/tidak boleh</i> ), sementara penelitian ini menggunakan Hermeneutika <i>Double Movement</i> untuk menggali ideal moral dan etika-filosofis. Objek kajiannya juga berbeda (praktik <i>dropship</i> , bukan produk “KW”).
5	Muhammad Baha'udin, “ <i>Praktek Bisnis Dalam Al-Qur'ān (Analisis Q.S. An-Nisa Ayat 29)</i> ”	2022	Skripsi	Persamaan utama adalah fokus pada teks Q.S. An-Nisa: 29 sebagai dalil sentral dalam membedah isu muamalah di era digital.	Perbedaan metodologis sangat fundamental: Penelitian ini menggunakan pendekatan Tafsir Maudhu'i (Tematik) untuk menganalisis pandangan mufasir, sementara penelitian ini

					menggunakan Hermeneutika <i>Double Movement</i> untuk menggali ideal moral dan etika-filosofis. Objek kajiannya juga lebih umum ( <i>Praktek Bisnis Dalam Al-Qur'ān</i> ), bukan spesifik produk “KW”.
6	Devia Chalisa, “ <i>Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh)</i> ”	2021	Skripsi	Persamaan utama adalah fokus pada teks Q.S. An-Nisa: 29 sebagai dalil sentral dan membahas isu muamalah / perilaku konsumen di era digital ( <i>e-commerce</i> ).	Perbedaan metodologis sangat fundamental: Penelitian ini menggunakan pendekatan Statistik Kuantitatif untuk mengukur pengaruh <i>e-commerce</i> , sementara penelitian ini menggunakan Hermeneutika <i>Double Movement</i> untuk menggali ideal moral dan etika-filosofis.
7	Muhamad Syafik Muafa, “ <i>Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Perilaku Pembelian Sepatu “KW” oleh Mahasiswa</i>	2024	Skripsi	Persamaan terkuat terletak pada objek kajian fenomena yang identik, yakni perilaku konsumsi produk “KW”. Penelitian ini juga	Perbedaan fokus dan pisau analisis adalah: Penelitian ini berhenti pada ranah Sosiologi Hukum (mengidentifikasi kesenjangan antara fakta dan hukum), sementara



	<i>IAIN Kediri (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah). ”</i>			menggunakan kerangka Hukum Islam seperti penelitian ini.	penelitian ini bertujuan menggali dimensi etika-filosofis menggunakan <i>Double Movement</i> dari Q.S. An-Nisa: 29.
8	Nayunda Mega Safitri, “ <i>Praktik Jual Beli Produk Emas Kwalitet (“KW”) Dalam Perspektif Hukum Islam di Solo Grand Mall (SGM) Kota Surabaya</i> ”	2022	Skripsi	Persamaan terkuat terletak pada objek kajian fenomena yang serupa, yakni produk “KW”, dan menggunakan kerangka Hukum Islam.	Perbedaan fokus dan pisau analisis adalah: Penelitian ini fokus pada praktik jual beli dan bertujuan menetapkan status hukum <i>Fiqh</i> /Hukum Positif, sementara penelitian ini fokus pada pembeli/konsumen dan menggali etika-filosofis menggunakan <i>Double Movement</i> dari Q.S. An-Nisa: 29.
9	Novi Herawati, “ <i>Perspektif Hukum Islam mengenai Jual Beli Produk Tiruan di Mega Mall Bengkulu</i> ”	2020	Skripsi	Persamaan terkuat terletak pada objek kajian fenomena yang serupa, yakni produk “KW”, dan menggunakan kerangka Hukum Islam.	Perbedaan fokus dan pisau analisis adalah: Penelitian ini fokus pada praktik jual beli dan bertujuan menetapkan status hukum <i>Fiqh</i> /Hukum Positif, sementara penelitian ini fokus pada pembeli/konsumen dan menggali etika-filosofis menggunakan

					<i>Double Movement</i> dari Q.S. An-Nisa: 29. Objek kontekstualnya juga berbeda (Mega Mall Bengkulu/pasar konvensional, bukan aplikasi Shopee).
10	Windya Agustina Ramadhan, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Sepatu Tiruan ("KW") (Studi Kasus di Pasar Sarimulyo Kebondalem Purwokerto)."	2019	Skripsi	Persamaan terkuat terletak pada objek kajian fenomena yang identik, yakni produk "KW", dan menggunakan kerangka Hukum Islam.	Perbedaan fokus dan pisau analisis adalah: Penelitian ini fokus pada praktik jual beli dan bertujuan menetapkan status hukum <i>Fiqh</i> /Hukum Positif, sementara penelitian ini fokus pada pembeli/konsumen dan menggali etika-filosofis menggunakan <i>Double Movement</i> dari Q.S. An-Nisa: 29. Objek kontekstualnya juga berbeda (pasar tradisional, bukan aplikasi Shopee).
11	Solihah Sari Rahayu, Novianti Syarifah, dan Muhamad Dani Somantri, " <i>Jual Beli Produk Imitasi</i> "	2019	Artikel	Persamaan terkuat terletak pada objek kajian fenomena yang serupa, yakni produk "KW" ( <i>imitasi fashion</i> ), dan	Perbedaan fokus dan pisau analisis adalah: Penelitian ini menggabungkan tinjauan Hukum Islam ( <i>Fiqh/Qiyās</i> ) dan Hukum Positif (UU Hak Cipta)

	<i>Fashion Perspektif Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 Dan Hukum Islam,”</i>			menggabungkan tinjauan Hukum Islam.	untuk penetapan status hukum/legalitas, sementara penelitian ini menggali etika-filosofis menggunakan <i>Double Movement</i> dari Q.S. An-Nisa: 29.
12	Nanan Annaajiyah, “ <i>Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Praktik Jual Beli (BAI) Barang Imitasi (Studi Kasus di Pasar Induk Cipanas Kabupaten Cianjur),</i> ”	2023	Artikel	Persamaan terkuat terletak pada objek kajian fenomena yang serupa, yakni produk “KW”, dan menggabungkan tinjauan Hukum Islam.	Perbedaan fokus dan pisau analisis adalah: Penelitian ini menggabungkan tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif untuk penetapan status hukum/legalitas, sementara penelitian ini menggali etika-filosofis menggunakan <i>Double Movement</i> dari Q.S. An-Nisa: 29. Objek kontekstualnya juga berbeda (pasar konvensional, bukan aplikasi Shopee).
13	Abigail Natalia Bukit et al., “ <i>Fenomena Produk dengan Merek Palsu: Perlindungan Konsumen?,</i> ”	2022	Artikel	Persamaan terkuat terletak pada objek kajian fenomena yang serupa, yakni produk “KW” ( <i>merek palsu</i> ).	Perbedaan fokus dan pisau analisis adalah: Penelitian ini murni menggunakan kerangka Hukum Positif untuk mengkaji fenomena dari sisi

					perlindungan konsumen, sementara penelitian ini menggunakan Hermeneutika <i>Double Movement</i> dari Q.S. An-Nisa: 29 untuk menggali dimensi etika-filosofis pembeli.
14	Arkan I Gharzian, “Keputusan Pembelian Barang “KW” di Kalangan Mahasiswa Salatiga,”	2018	Artikel	Persamaan terkuat terletak pada objek kajian fenomena yang identik, yakni keputusan pembelian produk “KW”.	Perbedaan fokus dan pisau analisis adalah: Penelitian ini berfokus pada tinjauan Kualitatif-Marketing (analisis faktor harga dan gengsi), sementara penelitian ini bertujuan menggali dimensi etika-filosofis sebagai subjek moral menggunakan <i>Double Movement</i> dari Q.S. An-Nisa: 29.

## H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi empat bab utama. Bab I (Pendahuluan) menyajikan kerangka dasar penelitian. Bagian ini menjelaskan latar belakang yang menjadi landasan urgensi kajian, merumuskan masalah yang akan dijawab, serta menetapkan tujuan dan manfaat penelitian dari sisi teoretis maupun praktis. Bab Pendahuluan juga menguraikan metode

penelitian, yang meliputi jenis, pendekatan, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan dan pengolahan data. Untuk menguatkan posisi keilmuan studi, bab ini juga menyajikan ulasan penelitian terdahulu dan diakhiri dengan sistematika pembahasan untuk menjamin alur kajian yang terstruktur.

Bab II (Tinjauan Pustaka) ini fokus menyajikan dua pilar utama yang menjadi kerangka teori analisis dalam penelitian. Pertama, bab ini menguraikan hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman sebagai metodologi utama. Dijelaskan secara ringkas mengenai fungsi Gerakan Pertama (menggali ideal moral universal dari Al-Qur'ān) dan Gerakan Kedua (mengaplikasikan ideal moral tersebut pada isu kontemporer). Kedua, bab ini mengkaji Q.S. Al-Nisā' Ayat 29 sebagai landasan teks sentral. Pembahasan meliputi tinjauan penafsiran (klasik dan modern) terhadap larangan *al-bāṭil* dan perintah *'an tarāḍin*, yang kemudian dikontekstualisasikan untuk menegaskan bahwa pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) oleh produk "KW" termasuk dalam kategori *bāṭhil* yang dilarang ayat tersebut.

Bab III (Pembahasan) merupakan bab inti yang menguraikan aplikasi metode hermeneutika *Double Movement*. Pembahasan diklasifikasikan ke dalam dua poros utama yang berjalan secara dialektis: (1) Gerakan Pertama: Berfokus pada analisis sosio-historis dan formulasi ideal moral Q.S. Al-Nisā': 29. Bagian ini membedah konteks *asbāb al-nuzūl* (makro dan mikro), mendekonstruksi makna istilah kunci ("*bāṭhil*", "*tarāḍhin*", "*amwālakum*", dan "*wa lā taqtulū anfusakum*"), serta mengekstraksi prinsip moral universal (*ratio*

*legis*). (2) Gerakan Kedua: Berfokus pada kontekstualisasi etika konsumsi di era digital. Bagian ini diawali dengan pemaparan data netnografi terkait dinamika dan motif konsumen produk "KW" (Realitas Konsumen), dilanjutkan dengan proses kontekstualisasi (dialog kritis) antara ideal moral dengan temuan lapangan tersebut, dan bermuara pada sintesis berupa formulasi etika konsumsi yang kontekstual (*legal-specific*).

Terakhir, Bab IV (Penutup) berfungsi untuk mengakhiri penelitian. Bab ini memaparkan rangkuman atau kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah dikaji sebelumnya, serta memberikan saran-saran yang relevan untuk dipertimbangkan dalam penelitian berikutnya. Sebagai penunjang, Bab IV juga memuat daftar pustaka yang menjadi rujukan selama penelitian berlangsung dan lampiran-lampiran yang mendukung isi dan validitas penelitian ini.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman

Hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman adalah kerangka analisis utama dalam penelitian ini. Metode ini relevan karena menawarkan pendekatan yang logis, kritis, dan komprehensif untuk menghasilkan pemahaman Al-Qur’ān yang kontekstual, melampaui tafsir literalis atau atomistik. Relevansi utamanya terletak pada kemampuannya menjawab rumusan masalah penelitian ini, mengkaji etika konsumsi produk “KW” berdasarkan Q.S. Al-Nisā’: 29. Fenomena ini menghadirkan dilema, di mana terjadi *riḍā* (suka sama suka) antara penjual dan pembeli, namun objek transaksinya melanggar Hak Kekayaan Intelektual (HKI) pihak ketiga, yang dapat dikategorikan sebagai *bāthil*.<sup>49</sup>

Metode *Double Movement* dirancang khusus untuk menjembatani kesenjangan antara teks masa lalu dan konteks masa kini melalui dua gerakan dialektis. Secara operasional, langkah-langkah metodologis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: **Pertama, Gerakan Pertama** (*The First Movement*), yakni bergerak dari situasi sekarang ke masa turunnya Al-Qur’ān. Langkah ini meliputi: (1) Investigasi sosio-historis untuk memahami masalah spesifik masyarakat Arab saat wahyu turun melalui kajian *asbāb al-*

---

<sup>49</sup> Rifki Ahda Sumantri, “Hermeneutika Al-Qur’an Fazlur Rahman Metode Tafsir Double Movement.”, 7-8

*nuzūl* makro dan mikro; (2) Analisis linguistik untuk mendekonstruksi makna istilah kunci dalam ayat; dan (3) Generalisasi jawaban spesifik tersebut untuk "menggali dan mensistematisir prinsip-prinsip umum, nilai-nilai, dan tujuan jangka panjang" (*ideal moral/ratio legis*) yang bersifat universal.

**Kedua, Gerakan Kedua** (*The Second Movement*), yakni bergerak dari masa lalu kembali ke situasi saat ini. Langkah ini meniscayakan: (1) Pemetaan realitas kekinian secara akurat dan objektif untuk memahami fenomena yang sedang terjadi; (2) Kontekstualisasi, yaitu proses mendialogkan prinsip-prinsip umum (*ideal moral*) yang ditemukan pada gerakan pertama dengan realitas sosial saat ini untuk menilai kesesuaiannya; dan (3) Perumusan sintesis berupa ketentuan hukum atau etika spesifik (*legal-specific*) yang relevan. Jika kedua gerakan sistematis ini terwujud, Fazlur Rahman meyakini bahwa "perintah-perintah Al-Qur'ān akan menjadi hidup dan efektif kembali".<sup>50</sup>

Metode yang dirumuskan Fazlur Rahman ini merupakan bagian dari wacana keilmuan Islam yang lebih luas, yakni hermeneutika Al-Qur'ān. Disiplin ini hadir sebagai tawaran metodologis untuk menjawab tantangan fundamental dalam menafsirkan sebuah "teks tradisional yang ditulis dalam situasi yang sangat berbeda" dengan konteks pembaca modern. Meskipun istilah "hermeneutika" sendiri tergolong baru dan tidak ditemukan dalam khazanah tafsir klasik yang lebih mengenal "*tafsīr*" atau "*ta'wīl*", para ahli seperti Farid Esack berpendapat bahwa praktiknya telah lama berlangsung.

---

<sup>50</sup> Rifki Ahda Sumantri, "Hermeneutika Al-Qur'an Fazlur Rahman Metode Tafsir Double Movement.", 7-8



Bukti adanya "corak hermeneutik" dalam Ulumul Qur'an klasik terlihat jelas pada "kajian-kajian mengenai *asbāb al-nuzūl* dan *nasakh-mansūkh*" serta "kesadaran tentang horison-horison sosial tertentu dari tafsir." Hassan Hanafi bahkan mendefinisikannya bukan sekadar interpretasi, melainkan ilmu tentang "transformasi wahyu dari pikiran Tuhan kepada kehidupan manusia." Oleh karena itu, hermeneutika Al-Qur'ān pada intinya berfokus pada bagaimana teks Al-Qur'ān "dipahami, ditafsirkan, diterjemahkan dan didialogkan dengan dinamika realitas historisnya."<sup>51</sup>

Wacana hermeneutika Al-Qur'ān ini sendiri berakar dari disiplin hermeneutika yang lebih tua dalam bidang hukum, sastra, dan filsafat, yang awalnya sering diidentikkan dengan "seni memahami kitab-kitab suci." Seiring perkembangannya, hermeneutika modern yang dipelopori oleh Friedrich Schleiermacher, bergeser menjadi "upaya untuk menyelesaikan problem dan konflik berkaitan dengan penafsiran teks". Hal ini dicapai dengan cara "memperjelas kembali wilayah dan kondisi penafsiran teks yang sebenarnya" melalui dua analisis utama: pertama, pemahaman gramatikal terhadap bahasa dan budaya pengarang, dan kedua, pemahaman psikologis terhadap subjektivitas pengarang. Dengan demikian, hermeneutika dalam pengertiannya yang paling umum tidak hanya berfokus pada apa arti sebuah teks, tetapi juga berupaya "melacak konteks historis dan psikologis dari sang penafsir" untuk

---

<sup>51</sup> Fahrudin Faiz Ali Usman, "Hermeneutika Al-Qur'an: Teori, Kritik dan implementasinya.", 29-35

memahami "dasar, landasan serta latar belakang" mengapa sebuah penafsiran dapat muncul.<sup>52</sup>

## B. Qur'an Surat Al-Nisā' Ayat 29

Sebagai sumber hukum tertinggi dan teks inti dalam Islam, Al-Qur'ān memuat pedoman-pedoman universal yang melintasi batasan waktu, termasuk dalam mengatur aktivitas muamalah (transaksi ekonomi). Prinsip etika dasar untuk kegiatan ekonomi ini secara eksplisit diabadikan dalam Q.S. Al-Nisā' ayat 29.

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 orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang bathil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>53</sup>*

Terdapat beberapa riwayat yang menjelaskan latar belakang turunnya (*asbāb al-nuzūl*) Q.S. Al-Nisā' ayat 29, yang secara umum berkaitan dengan praktik transaksi yang tidak adil. Menurut Ibn Jarīr al-Thabariy, ayat ini diturunkan sebagai respons terhadap kondisi di mana "banyak orang-orang arab pada waktu itu mereka mencari laba ataupun keuntungan dengan jalan yang

---

<sup>52</sup> Fahrudin Faiz Ali Usman, "Hermeneutika Al-Qur'an: Teori, Kritik dan implementasinya.", 9-13

<sup>53</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, "Q.S. Al-Nisa [4]: 29 - Qur'an Kemenag."

tidak sesuai atau jalan yang tidak sah, kemudian melakukan kegiatan-kegiatan tipu menipu yang seolah-olah itu sesuai dengan kaidah-kaidah syariat" (Taufiq, 2018). Salah satu contoh praktik *bāthil* tersebut digambarkan oleh Ibn ‘Abbās dalam riwayat Ibn Jarīr al-Thabariyi, yakni ketika "seorang melakukan transaksi untuk membeli kepada temannya sebuah baju atau pakaian tetapi dengan syarat apabila dia tidak menyukai terhadap pakaian tersebut mereka mengembalikannya dengan penambahan satu dirham dari harga asal." Transaksi semacam ini dianggap melanggar prinsip fundamental muamalah, "padahal sesungguhnya kegiatan transaksi jual beli harus dilakukan dengan suka sama suka atau penuh keridaan tanpa adanya unsur penipuan diantara para pihak" (Taufiq, 2018).<sup>54</sup>

Di sisi lain, Sayyid Quthb berpendapat bahwa *asbāb al-nuzūl* spesifiknya "tidak bisa di pastikan kapan terjadi turunnya." Quthb menganalisis fungsi ayat ini berdasarkan relasinya dengan pengharaman riba; ia menyatakan, "apabila ayat ini turun sebelum adanya pengharaman terhadap riba maka ayat ini sebagai warning untuk pengahraman riba." Namun, "apabila ayat ini turun sesudah adanya pengharam riba maka ayat ini sebagai pemberian informasi terkait dengan ketidakbolehan dalam mengambil harta orang lain dengan jalan *bāthil*" (Taufiq, 2018). Terlepas dari waktu spesifiknya, ayat ini kemudian menjadi perintah tegas yang melarang segala bentuk konsumsi *bāthil*, baik terhadap harta pribadi (seperti "melaksanakan transaksi hartanya pada jalan

---

<sup>54</sup> Aris Munandar dan Ahmad Hasan Ridwan, "Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba'i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online." 275-276

yang tidak dibenarkan atau dengan jalan maksiat") maupun harta orang lain, seperti "memakan dengan jalan riba, menganiaya bahkan melakukan penipuan" (H. Abdul Halim Hasan Binjai, 2006).<sup>55</sup>

Para mufasir klasik, seperti Imam Al-Thabariy dan Ibnu Katsir, menafsirkan Q.S. Al-Nisā': 29 dengan pendekatan yang sangat legalistik dan berbasis riwayat. Keduanya sepakat bahwa frasa بِالْبَاطِلِ (dengan jalan *bāthil*) mencakup segala bentuk perolehan harta yang diharamkan syariat, seperti riba, perjudian, penipuan, dan perampasan.<sup>56</sup> Ibn Katsīr menegaskan ini sebagai larangan umum atas semua pendapatan haram. Pengecualiannya, تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ (perdagangan atas dasar *ridhā*), dipahami sebagai transaksi yang didasari keridaan timbal balik, yang menurut Ibn Katsīr dibuktikan dengan adanya hak *khiyār* (memilih).<sup>57</sup> Adapun larangan وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ (jangan membunuh dirimu), Al-Thabariy memaparkan beberapa makna, termasuk larangan bunuh diri literal, larangan mencelakakan diri, dan larangan membunuh sesama Muslim.<sup>58</sup> Ibn Katsīr lebih cenderung pada makna "jangan saling membunuh", mengaitkan erat sengketa harta (akibat praktik *bāthil*) dengan potensi terjadinya pertumpahan darah dalam masyarakat.<sup>59</sup>

---

<sup>55</sup> Aris Munandar dan Ahmad Hasan Ridwan, "Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba'i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online." 275-276

<sup>56</sup> Abu Ja'far Muhammad bin Jarir al-Thabar, Tafsir Al-Thabariy, ed. oleh Ahmad Muhammad Shakir, vol. 6 (Pustaka Azzam, 2000), 786-802 [https://archive.org/details/tafsir-1\\_202201/Tafsir%206/](https://archive.org/details/tafsir-1_202201/Tafsir%206/).

<sup>57</sup> Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir Ad-Dimasyqi, Tafsir Ibnu Kasir, Juz 5, trans. oleh Bahrūn Abu Bakar, vol. 5 (Sinar Baru Algensindo, 2000), 270-273 <https://ia801900.us.archive.org/31/items/TafsirIbnuKatsirJuz5an-nisa24S.d.An-nisa147/TafsirIbnuKatsirJuz5an-nisa24S.d.An-nisa147.pdf>.

<sup>58</sup> Abu Ja'far Muhammad bin Jarir al-Thabar, Tafsir Al-Thabariy, vol. 6, 786-802

<sup>59</sup> Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir Ad-Dimasyqi, Tafsir Ibnu Kasir, vol. 5, 270-273

Di sisi lain, mufasir modern seperti Quraish Shihab dan Wahbah al-Zuhayliy memberikan konteks sosial-ekonomi yang lebih luas. Quraish Shihab memaknai "*bāthil*" tidak hanya sebagai yang haram secara *fiqh*, tetapi juga segala transaksi yang "tidak kokoh" landasan keadilannya, seperti monopoli dan eksploitasi. Beliau juga menyoroti frasa عَنْ تَرَاضٍ sebagai keridaan yang murni "terlahir dari" kesetaraan, bebas dari paksaan atau ketidaktahuan.<sup>60</sup> Wahbah al-Zuhayliy secara tegas mengkategorikan praktik modern seperti bunga bank konvensional ke dalam "*bāthil*" yang dilarang ayat ini.<sup>61</sup> Analisis paling kontekstual terletak pada frasa وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ. Quraish Shihab menafsirkannya sebagai "pembunuhan sosial", di mana korupsi dan eksploitasi merusak tatanan masyarakat atau "pembunuhan karakter" akibat harta haram.<sup>62</sup> Sementara Az-Zuhaili melihatnya sebagai "bunuh diri ekonomi", di mana praktik *bāthil* seperti riba pada akhirnya akan menghancurkan perekonomian kolektif.<sup>63</sup>

Kajian lebih dalam terhadap frasa kunci ayat ini membuka relevansi baru dalam konteks muamalah kontemporer. Pertama, larangan "memakan harta dengan jalan yang *bāthil*" (بِالْبَاطِلِ) mencakup spektrum yang luas. Secara klasik, ini adalah segala perolehan yang dilarang syariat, seperti riba (bunga), *qimar* (perjudian), *gashb* (perampasan hak), dan penipuan. Dalam konteks modern, ulama *fiqh* memperluas makna *gashb* atau *sariqah* (pencurian) tidak

---

<sup>60</sup> Muhammad Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an, vol. 2, 411-414

<sup>61</sup> Wahbah al-Zuhayliy, Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj, vol. 3, 55-62

<sup>62</sup> Muhammad Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an, vol. 2, 411-414

<sup>63</sup> Wahbah al-Zuhayliy, Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj, vol. 3, 55-62

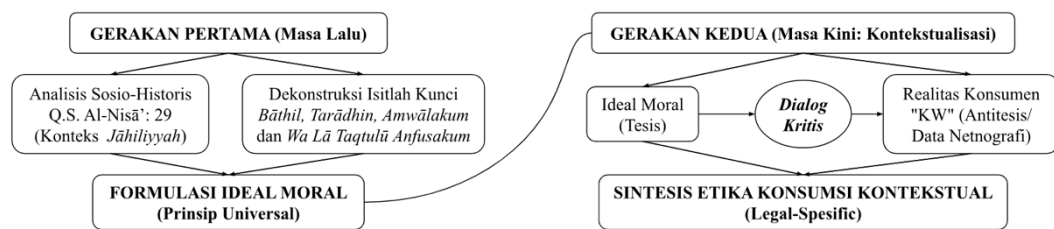
hanya pada barang fisik, tetapi juga pada hak non-fisik. Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI), seperti memproduksi dan memperjualbelikan barang “KW” (palsu), secara substantif termasuk dalam kategori *bāthil*. Tindakan ini adalah bentuk perampasan hak ekonomi dan hak cipta (*haqqul ibtikar*) milik produsen asli, yang jelas merupakan pengambilan harta orang lain tanpa hak. Kedua, pengecualian "...kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka" (تِجَارَةٌ عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ) menjadi titik krusial. 'An Tarādhin (saling *ridhā*) adalah pilar utama keabsahan transaksi. Namun, dalam konteks transaksi produk “KW”, keridaan yang terjadi bersifat problematis. Meskipun penjual dan pembeli produk “KW” sama-sama *ridhā* (pembeli *ridhā* mendapat harga murah, penjual *ridhā* mendapat untung), keridaan mereka terjadi atas objek yang melanggar hak pihak ketiga, yaitu pemilik merek asli. Syariat tidak mengakui keridaan yang dibangun di atas kezaliman atau pelanggaran hak orang lain (*ridhā ghairu mu'tabar*). Oleh karena itu, *ridhā* antara penjual dan pembeli barang “KW” tidak dapat melegitimasi transaksi tersebut, karena transaksi itu sendiri berpijak pada "jalan yang *bāthil*" berupa pelanggaran HKI milik pihak lain.

### BAB III

### PEMBAHASAN

Implementasi analisis dalam penelitian ini bertumpu pada kerangka kerja hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman. Analisis diarahkan untuk menjawab problematika etis konsumsi produk tiruan ("KW") di aplikasi Shopee. Sesuai dengan logika *Double Movement*, alur pembahasan tidak berjalan linear, melainkan bergerak secara dialektis melalui dua fase utama: Gerakan Pertama dan Gerakan Kedua.

**Gambar 1. 4 Alur *Double Movement***



Pada Gerakan Pertama, fokus analisis ditarik mundur ke masa silam saat Q.S. Al-Nisā' ayat 29 diturunkan untuk memahami inti kasus yang sedang direspons oleh wahyu. Proses ini dilakukan dengan mendekonstruksi konteks sosio-historis ayat melalui penggalian *asbāb al-nuzūl* makro dan mikro, serta membedah istilah-istilah kunci yang terkait dengan kasus tersebut. Tujuannya adalah untuk menangkap *maqāṣid* (tujuan dasar) ayat, sehingga dapat diformulasikan sebuah ideal moral yang otentik. Perumusan ini menjadi fondasi krusial, karena ideal moral tersebutlah yang kelak menjadi standar nilai pada fase berikutnya.

Setelah Ideal Moral diformulasikan, analisis berlanjut ke Gerakan Kedua. Fase ini diawali dengan upaya memahami realitas lapangan secara objektif melalui prosedur netnografi. Teknik *purposive sampling* diterapkan guna menjangkau data ulasan dan komentar yang paling representatif, yang kemudian dibedah menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi motif-motif spesifik di balik perilaku konsumen. Langkah metodologis ini mutlak diperlukan agar pemahaman terhadap fenomena tidak terjebak pada asumsi, melainkan berpijak pada data empiris yang valid. Setelah peta motif konsumen terbaca dengan jelas, barulah dilakukan proses dialog: ideal moral yang ditemukan pada gerakan sebelumnya dihadapkan langsung dengan temuan lapangan tersebut untuk dinilai kesesuaiannya. Puncak dari dialektika ini adalah lahirnya sebuah sintesis. Hasil akhir ini berkedudukan sebagai *legal-specific*, yakni sebuah jawaban hukum yang spesifik dan terukur untuk menyelesaikan kasus jual beli produk tiruan di era digital, yang ditarik secara presisi dari nilai-nilai universal Al-Qur'ān.

#### **A. Gerakan Pertama: Analisis Sosio-Historis dan Formulasi Ideal Moral Q.S. Al-Nisā': 29**

Penerapan hermeneutika *Double Movement* Fazlur Rahman dalam penelitian ini diawali dengan langkah investigasi historis, berupaya memahami makna Al-Qur'ān dalam konteks sejarahnya sebelum menarik kesimpulan hukum atau ajaran moral apa pun. Tujuannya adalah untuk memahami secara presisi masalah apa yang sedang terjadi sehingga Allah merasa perlu menurunkan Q.S. Al-Nisā': 29. Gerakan ini, merupakan “gerakan dari situasi



sekarang ke situasi saat Al-Qur'ān diturunkan” yang “meniscayakan dua langkah: pertama, penafsir harus memahami arti atau makna dari suatu pernyataan dengan mengkaji situasi atau problem historis di mana pernyataan Al-Qur'ān tersebut merupakan jawabannya; kedua, menggeneralisasikan jawaban-jawaban spesifik tersebut dan menyatakannya sebagai pernyataan-pernyataan yang memiliki tujuan-tujuan moral-sosial secara umum yang dapat ‘disaring’ dari ayat-ayat spesifik dalam sinaran latar belakang sosio-historis dan rationes legis yang sering dinyatakan” .<sup>64</sup>

Dalam konteks penelitian ini, kita akan bergerak mundur dari realitas pasar digital masa kini menuju masa pewahyuan Al-Qur'ān di abad ke-7 Masehi. Langkah ini bukan sekadar aktivitas romantisme sejarah, melainkan sebuah upaya metodologis yang ketat untuk menangkap "semangat" ayat dalam rahim kelahirannya sebelum ia membeku menjadi hukum formal yang kaku. Gerakan pertama ini, membedah situasi makro (sistem ekonomi) dan mikro (kasus spesifik) saat wahyu turun. Sehingga kita dapat memisahkan antara "legal spesifik" (hukum kasus per kasus) dengan "ideal moral" (prinsip universal) yang menjadi nyawa ayat tersebut dengan melakukan generalisasi dari respons-respons Al-Qur'ān terhadap kasus spesifik masa lalu, menjadi

---

<sup>64</sup> Vicky Izza El Rahma, “Double Movement: Hermeneutika Al-Qur'an Fazlur Rahman (Study kritis para ahli terhadap penafsiran Fazlur Rahman) ,” Jurnal Keislaman 4, no. 2 (t.t.), 131-132, <https://www.neliti.com/publications/498616/double-movement-hermeneutika-alquran-fazlur-rahman>.

prinsip-prinsip moral umum (*general moral principles*) atau *rationes legis* yang hidup dan dapat didialogkan dengan masalah etika konsumsi kontemporer.<sup>65</sup>

Dalam konteks Q.S. Al-Nisā' ayat 29, gerakan pertama ini difokuskan untuk mendekonstruksi makna larangan "memakan harta secara *bāthil*", perintah "saling *ridhā*", makna "*amwālakum*" dan "*wa lā taqtulū anfusakum*". Analisis ini diarahkan untuk membuktikan bahwa ayat tersebut sesungguhnya meletakkan beban moral tidak hanya kepada penjual, tetapi juga kepada setiap individu yang terlibat dalam perputaran harta (konsumen). Dengan menelusuri bagaimana ayat ini merespons kecurangan spesifik di masa lalu, penelitian ini berupaya mengekstraksi nilai universal seperti keadilan substantif dan integritas perolehan yang kelak akan digunakan untuk membedah fenomena konsumsi produk tiruan ("KW").

#### 1. Analisis Sosio-Historis: Konteks Makro dan Mikro *Asbāb al-Nuzūl*

Untuk menemukan ideal moral etika konsumsi, analisis harus dimulai dengan membedah "penyakit" ekonomi apa yang sedang mewabah saat ayat ini turun. Untuk itu, kita perlu memahami konteks makro dan mikro *asbāb al-nuzūl* dari ayat ini.

##### a) Konteks Makro: Krisis Integritas dan Hegemoni Ekonomi *Jāhiliyyah*

---

<sup>65</sup> Vicky Izza El Rahma, "Double Movement: Hermeneutika Al-Qur'an Fazlur Rahman (Study kritis para ahli terhadap penafsiran Fazlur Rahman) ," Jurnal Keislaman 4, no. 2 (t.t.), 131-132, <https://www.neliti.com/publications/498616/double-movement-hermeneutika-alquran-fazlur-rahman>.

Secara makro, Q.S. Al-Nisā': 29 turun di tengah struktur masyarakat Arab yang sangat aktif berniaga, namun hidup dalam sistem ekonomi yang eksploitatif dan menghalalkan segala cara. Masyarakat *Jāhiliyyah* telah terbiasa dengan praktik perniagaan yang kerap diwarnai ketidakadilan. Pasar tidak berjalan di atas prinsip keadilan (*fairness*), melainkan dominasi. Sering sekali terjadi *ribā* (bunga berlipat ganda), perjudian (*maysir*), dan ketidakjelasan (*garar*) demi menumpuk kekayaan. Yang menarik untuk digarisbawahi adalah mentalitas pelakunya, mereka mencari keuntungan dengan jalan yang *fāsid* (rusak) namun sering kali membungkusnya seolah-olah sesuai syariat melalui manipulasi akad.<sup>66</sup> fenomena tipu-menipu (*gisy*) saat itu dianggap lumrah sebagai bagian dari strategi dagang. Dalam perspektif sosiologis, ini menunjukkan bahwa masyarakat saat itu menderita "krisis integritas"; kepuasan materi menjadi tujuan akhir, sementara cara perolehannya "apakah merugikan hak orang lain atau tidak", menjadi nomor dua.

Kondisi makro yang kaotis ini direspons oleh Al-Qur'ān dengan sangat keras. Wahbah al-Zuhayliy dalam Tafsīr al-Munīr menjelaskan bahwa Allah menurunkan aturan ini karena harta kekayaan adalah "teman ruh" kehidupan manusia. Jika interaksi harta dibiarkan liar tanpa etika, maka akan timbul permusuhan dan tindakan kriminal yang menghancurkan

---

<sup>66</sup> Abul Mawahib dkk., "Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Berdasarkan Surah An-Nisa Ayat 29," *Ruhul Islam* 2, no. 3 (t.t.), 49-50, <https://academicjournal.yarsi.ac.id/ojs3/index.php/rhi/article/view/202/148>.

tatanan sosial.<sup>67</sup> Di sinilah letak relevansi pertamanya: ayat ini turun untuk mengerem egoisme pelaku ekonomi yang ingin untung (atau ingin barang murah/bagus) dengan cara menabrak hak orang lain. Q.S. Al-Nisā': 29 turun sebagai "gugatan revolusioner" terhadap sistem ini. Ayat ini hadir untuk mendekonstruksi paradigma bahwa "segala cara halal demi untung" dan menggantinya dengan paradigma "keuntungan harus berbasis pada kebenaran (*al-haqq*) dan kerelaan substantif".

b) Konteks Mikro: Studi Kasus "Jual Beli Bersyarat" dan Dimensi "*Hifz an-Nafs*"

Analisis menjadi lebih tajam ketika kita menukik pada konteks mikro *asbāb al-nuzūl*. Dalam tafsir Ibn Katsīr dijelaskan sebuah riwayat krusial dari Ibn 'Abbās RA yang memotret modus kecurangan spesifik yang relevan dengan perilaku transaksional. Ibn 'Abbās menceritakan praktik jual beli bersyarat di mana seseorang membeli baju dengan klausul: "*Jika aku menyukainya maka aku ambil, dan jika tidak, aku akan mengembalikannya dengan tambahan (denda) satu dirham.*"<sup>68</sup>

Riwayat ini memberikan data historis yang sangat vital untuk mencari ideal moral etika konsumsi. Perhatikan bahwa dalam kasus "denda satu dirham" tersebut, terdapat kesepakatan lisan antara penjual dan pembeli. Keduanya tampak "*ridhā*". Namun, Ibn Katsīr menegaskan bahwa

---

<sup>67</sup> Wahbah al-Zuhayliy, Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj, vol. 3, 56

<sup>68</sup> Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir Ad-Dimasyqi, Tafsir Ibnu Kasir, vol. 5, 37

praktik tersebut tetaplah *bāthil* dan termasuk kategori *hīlah* (tipu muslihat (menyiasati hukum *fiqh*)).<sup>69</sup> Mengapa? Karena denda satu dirham tersebut adalah pengambilan harta tanpa imbalan (*counter-value*) yang sah. Pihak penjual mengambil untung tanpa memberikan barang, dan pihak pembeli kehilangan harta tanpa mendapatkan manfaat. Di sinilah letak "kebatilan"-nya. Satu dirham itu diambil tanpa *'iwad* (penyeimbang/imbalan) yang sah. Ini adalah pengambilan harta secara *zhālim* yang dibungkus dengan kesepakatan semu.

Fakta historis ini mengirimkan sinyal moral yang kuat: bahwa dalam Islam, konsensus (kesepakatan) subjektif antara penjual dan pembeli tidak serta-merta menghalalkan transaksi jika substansinya mengandung unsur kezaliman. Hal ini menjadi landasan awal untuk mematahkan argumen "suka sama suka" dalam konsumsi produk ilegal di masa kini. Q.S. Al-Nisā': 29 hadir bukan sekadar untuk mengatur tata cara tukar barang, melainkan sebagai kritik sosial (sosio-kritik) terhadap sistem ekonomi yang menindas hak kepemilikan individu melalui cara-cara yang manipulatif.

Selain konteks harta, ayat ini juga turun dalam konteks perlindungan jiwa (*hifz al-nafs*). Riwayat dari 'Amr Ibn al-'Āsh RA yang bertayamum karena takut mati kedinginan, yang kemudian dibenarkan oleh Rasulullah SAW dengan mengutip ayat ini, menunjukkan bahwa ayat ini juga berbicara tentang *survival* (kelangsungan hidup).<sup>70</sup> M. Quraish Shihab dalam Tafsir

---

<sup>69</sup> Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir Ad-Dimasyqi, Tafsir Ibnu Kasir, vol. 5, 37

<sup>70</sup> Wahbah al-Zuhayliy, Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj, vol. 3, 58-59

Al-Misbah secara brilian menghubungkan konteks "bunuh diri fisik" ini dengan konteks ekonomi. Beliau menyimpulkan bahwa perilaku ekonomi yang buruk (memakan harta *bāthil*) pada hakikatnya adalah tindakan "bunuh diri kolektif" yang merusak fondasi kehidupan masyarakat.<sup>71</sup> Artinya, ideal moral ayat ini juga mencakup tanggung jawab sosial: seorang individu dilarang melakukan aktivitas ekonomi yang dapat mematikan denyut nadi kehidupan masyarakat luas.

## 2. Dekonstruksi Makna Istilah Kunci

Berangkat dari bedah sejarah di atas, langkah selanjutnya dalam adalah menyingkap makna (dekonstruksi) istilah kunci dalam ayat ini untuk menemukan prinsip universal yang menjadi nyawa dari larangan tersebut.

### a) Makna *Al-Bāthil*

Apa sebenarnya yang dimaksud dengan *bāthil*? Para mufasir klasik seperti Al-Thabariy dan Ibn Katsīr mendefinisikan *bāthil* secara legalistik mencakup riba, judi, dan segala bentuk kecurangan (*ghish*).<sup>72</sup> Namun, Wahbah al-Zuhayliy memberikan definisi operasional yang sangat krusial bagi penelitian ini. Beliau secara eksplisit memasukkan *gashb* (perampasan hak) sebagai bentuk utama kebatilan. *gashb* didefinisikan sebagai

---

<sup>71</sup> Muhammad Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an, vol. 2, 413

<sup>72</sup> Abu Ja'far Muhammad bin Jarir al-Thabar, Tafsir Al-Thabariy, vol. 6, 786-787

mengambil hak orang lain (baik benda maupun manfaat) secara *zhālim* tanpa mengganti nilainya.<sup>73</sup>

Secara etimologis dan substantif, *bāthil* adalah lawan dari *al-haqq* (kebenaran/hak). Dalam konteks ekonomi masa itu, *bāthil* merujuk pada segala bentuk perpindahan harta yang tidak memiliki landasan *istihqāq* (keberhakan) yang sah. Mengambil harta tanpa memberikan penggantinya yang setara, tanpa persetujuan pemilik, dan menggunakannya untuk hal-hal yang tidak berguna.<sup>74</sup>

Dalam konteks ekonomi, *bāthil* adalah perampasan nilai. Wahbah al-Zuhayliy menggunakan istilah *Gashb* (mengambil hak orang lain secara paksa/*zhālim*) untuk menjelaskan ini. Dalam konteks *asbāb al-nuzūl*-nya, penjual mengambil 1 dirham hak pembeli tanpa alasan yang benar. Maka, ideal moral dari larangan *bāthil* adalah Integritas Perolehan. Seseorang dilarang menikmati nilai ekonomi (uang/barang) jika cara perolehannya melanggar hak orang lain atau tidak memiliki landasan penyeimbang (*counter-value*) yang sah.

#### b) Makna *Tarādhin*

Frasa ini adalah pengecualian (*istitsnā'*) dari larangan memakan harta. Namun, sejarah mencatat bahwa "keridaan" di masa *Jāhiliyyah* sering

---

<sup>73</sup> Wahbah al-Zuhayliy, Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj, vol. 3, 57

<sup>74</sup> Abul Mawahib dkk., "Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Berdasarkan Surah An-Nisa Ayat 29.", 52

kali manipulatif. Seseorang bisa saja "*ridhā*" menyerahkan hartanya karena tertipu atau terdesak (seperti dalam kasus riba). Oleh karena itu, Islam merekonstruksi makna *tarādhin* bukan sekadar "sama-sama mau" secara psikologis, tetapi keridaan yang dibangun di atas kejelasan (transparansi) dan objek yang halal. Keridaan yang muncul dari ketidaktahuan atau paksaan sistemik tidak dianggap sebagai *tarādhin* yang *mu'tabar* (diakui).

Sejarah membuktikan bahwa kesepakatan "denda 1 dirham" juga didasari suka sama suka, namun tetap dilarang Allah. Mengapa? Karena keridaan tersebut dibangun di atas skema yang *zhālim*. Ini menunjukkan bahwa dalam pandangan Al-Qur'ān, keridaan subjektif (psikologis) tidak memiliki kekuatan hukum jika objek transaksinya cacat secara moral. Ibn Katsīr menegaskan bahwa praktik tersebut adalah *hīlah* (tipu muslihat) untuk memakan harta. Maka, ideal moral legis yang ditemukan adalah Validitas Keridaan Substantif. Keridaan harus objektif, yakni ridha terhadap barang yang halal, jelas, dan tidak melanggar hak pihak ketiga. Namun, Dari diskusi para mufasir ini, ditemukan prinsip bahwa keridaan dalam Islam bukanlah keridaan yang bebas nilai (*value-free*). Keridaan harus *mu'tabar* (diakui syariat). Jika objek yang ditransaksikan adalah barang haram atau barang hasil kejahatan (*bāthil/gashb*), maka keridaan antara penjual dan pembeli tidak memiliki nilai etis apa pun.

Frasa ini memang merupakan pengecualian (*istitsnā'*) dari larangan memakan harta, namun Islam melakukan rekonstruksi total terhadap konsep



*tarādhin* karena sejarah membuktikan bahwa "keridaan" di masa *Jāhiliyyah* sangat rentan manipulasi (*hīlah*), . Praktik seperti kesepakatan "denda satu dirham" atau riba sering kali didasari skema yang *zhālim*, di mana seseorang menyatakan "rela" menyerahkan hartanya karena keterpaksaan, ketidaktahuan, atau tipuan sistemik. Oleh karena itu, Islam menegaskan bahwa keridaan psikologis (sekadar sama-sama mau) tidak memiliki kekuatan hukum jika dibangun di atas ketidaktahuan atau paksaan. Rida yang muncul dari kondisi cacat ini dianggap tidak *mu'tabar* (tidak diakui), karena validitas transaksi tidak boleh hanya bergantung pada perasaan subjektif para pihak.

Para ulama merumuskan batasan teologis dan teknis yang ketat guna mencegah kecurangan tersebut. Wahbah al-Zuhayliy memberikan batasan teologis yang tegas: "*Tidak semua rasa suka sama suka (kerelaan) diakui oleh syari'at.*" Kerelaan yang dibangun di atas pelanggaran hukum (seperti sepakat berjudi atau sepakat riba) adalah batal demi hukum.<sup>75</sup> Ibn Katsīr dan Al-Thabariy juga menekankan pentingnya hak *khiyār* (hak memilih/membatalkan) sebagai validasi keridaan.<sup>76</sup> Debat *fiqh* mengenai mekanisme *ridhā*, apakah harus dengan ucapan (*shīghah*) menurut Syāfi'iy atau cukup dengan perbuatan (*mu'āthāh*) menurut Jumhur yang dibahas oleh Ibn Katsīr dan Wahbah, bermuara pada satu titik yaitu kepastian bahwa tidak ada pihak yang tertipu.<sup>77</sup> *Tarādhin* difungsikan sebagai instrumen

---

<sup>75</sup> Wahbah al-Zuhayliy, *Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj*, vol. 3, 58

<sup>76</sup> Abu Ja'far Muhammad bin Jarir al-Thabar, *Tafsir Al-Thabariy*, vol. 6.

<sup>77</sup> Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir Ad-Dimasyqi, *Tafsir Ibnu Kasir*, vol. 5.

pelindung dalam mencegah kecurangan, bukan sekadar legitimasi kesepakatan, sehingga harus ada jaminan bahwa proses transaksi bersih dari unsur yang merugikan salah satu pihak, ia harus berbasis pada kejujuran dan kejelasan objek.<sup>78</sup>

Pada akhirnya, ideal moral yang ditemukan mengarah pada satu kesimpulan: validitas keridaan haruslah bersifat substantif, bukan sekadar formalitas. Keridaan dalam Islam bukanlah konsep yang bebas nilai (*value-free*), melainkan terikat penuh pada nilai etis; ia harus objektif, transparan, dan berbasis pada objek yang halal. Jika objek transaksi adalah barang haram atau hasil kejahatan (*bāthil/gashb*), maka keridaan antara penjual dan pembeli menjadi tidak bernilai sama sekali. Dengan demikian, standar tertinggi dalam muamalah Islam adalah terwujudnya keridaan yang *mu'tabar*, yakni kerelaan yang lahir dari kejujuran, kejelasan, dan kepatuhan terhadap batasan ilahi.

c) Makna *Amwālakum & Wa Lā Taqtulū Anfusakum*

Penggunaan pronomina "*kum*" (*kalian*) pada kata *amwālakum* (harta kalian) sejatinya adalah respon langsung terhadap struktur sosial Arab saat itu. Sejarah mencatat bahwa meskipun masyarakat Arab hidup bersuku-suku (*qabilah*), dalam pasar mereka menerapkan hukum rimba; yang kuat memangsa yang lemah. Jika dikaitkan dengan *asbāb al-nuzūl* mikro (kasus

---

<sup>78</sup> Aris Munandar dan Ahmad Hasan Ridwan, "Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba'i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online.", 283

denda 1 dirham), terlihat bahwa si penjual melihat harta si pembeli sebagai objek yang sah untuk diambil tanpa alasan yang benar (*haqq*).

Di sinilah letak revolusi makna ayat ini. Dengan menyebut harta orang lain sebagai *amwālakum*, Al-Qur'ān sedang mendekonstruksi egoisme jahiliyah tersebut.<sup>79</sup> Quraish Shihab menekankan bahwa harta disebut "milik kalian" untuk mengisyaratkan bahwa harta, meskipun secara hukum adalah milik pribadi, pada hakikatnya adalah sarana kehidupan (*qiyāman*) bagi masyarakat luas. Oleh karena itu, harta harus beredar dan menghasilkan manfaat bersama.<sup>80</sup> Kata *bainakum* mengisyaratkan adanya perputaran harta di antara satu kesatuan masyarakat.<sup>81</sup> Artinya, mengambil 1 dirham dari saudara (pembeli) secara batil, pada hakikatnya adalah merusak kekayaan komunitas itu sendiri.

Analisis Quraish Shihab tentang posisi harta yang berada *bainakum* (di antara kalian/di tengah) sangat relevan untuk etika konsumsi. Beliau mengilustrasikan bahwa dalam transaksi, penjual dan pembeli saling menarik kepentingan. Jika salah satu pihak menarik terlalu keras (egoisme), maka ikatan sosial akan putus. Beliau juga secara brilian menghubungkan konteks "bunuh diri fisik" (*wa lā taqtulū anfusakum*) ini dengan konteks ekonomi. Beliau menyimpulkan bahwa perilaku ekonomi yang buruk

---

<sup>79</sup> Abul Mawahib dkk., "Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Berdasarkan Surah An-Nisa Ayat 29."

<sup>80</sup> Muhammad Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an, vol. 2, 412

<sup>81</sup> Aris Munandar dan Ahmad Hasan Ridwan, "Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba'i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online."

(memakan harta *bāthil*) pada hakikatnya adalah tindakan "bunuh diri kolektif" yang merusak fondasi kehidupan masyarakat.<sup>82</sup> Wahbah al-Zuhayliy memperkuat pandangan ini dengan menyatakan bahwa karena harta individu hakikatnya adalah harta umat, maka penggunaannya "tidak boleh sampai membahayakan umat atau mengancam kemaslahatan umum."<sup>83</sup> Prinsip ini menegaskan bahwa seorang konsumen tidak boleh hanya memikirkan keuntungan pribadinya (misal: mendapatkan harga murah) jika tindakannya tersebut mencederai sistem ekonomi yang lebih luas (merugikan hak orang lain).

### 3. Formulasi Ideal Moral (*Ratio Legis*)

Berdasarkan sintesis dialektis antara konteks historis (mikro-makro) dan analisis tafsir di atas, inti tujuan moral (ideal moral) dari Q.S. Al-Nisā': 29 dapat diekstraksi. Prinsip-prinsip ini melampaui aturan jual-beli teknis abad ke-7 dan dirumuskan sebagai standar etika universal sebagai berikut:

#### a) Prinsip Integritas Perolehan (*Anti-Gashb*)

Harta dan hak milik adalah entitas yang sakral (*hifz al-māl*). Ideal moral dari larangan *bāthil* adalah bahwa seseorang tidak boleh menikmati manfaat ekonomi dari suatu objek jika perolehannya melanggar hak pemilik asli. Sebagaimana definisi Wahbah mengenai *gashb*, legitimasi etis

---

<sup>82</sup> Muhammad Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an, vol. 2, 413

<sup>83</sup> Wahbah al-Zuhayliy, Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj, vol. 3, 57 & 59

konsumsi ditentukan oleh kebersihan objek tersebut dari unsur perampasan hak pihak lain.

b) Prinsip Validitas Keridaan Substantif

Keridaan subjektif (konsensual) antara penjual dan pembeli tidak memiliki nilai hukum (*void*) jika dibangun di atas objek yang *bāthil*. Keridaan harus tunduk pada keabsahan objek (*object validity*). Kesepakatan dua pihak untuk bertransaksi tidak bisa menghalalkan pelanggaran terhadap hak pihak ketiga yang tidak terlibat dalam akad.

c) Prinsip Tanggung Jawab Sosial Konsumsi

Konsumsi dipahami bukan sekadar aktivitas privat, melainkan tindakan moral yang berdampak sosial. Menghindari konsumsi barang *bāthil* adalah upaya menjaga keberlangsungan hidup (*survival*) ekonomi umat. Sebaliknya, partisipasi dalam ekosistem bisnis yang *bāthil* adalah bentuk "bunuh diri ekonomi" yang merusak tatanan masyarakat.

**B. Gerakan Kedua: Kontekstualisasi Etika Konsumsi di Era Digital**

Gerakan Kedua merupakan fase krusial dalam hermeneutika Fazlur Rahman, yakni proses "pulang kembali" dari idealitas masa lalu menuju realitas masa kini untuk memberikan jawaban yang solutif. Pembahasan pada bagian ini diawali dengan membedah realitas konsumen secara objektif; data fenomena dihimpun melalui prosedur netnografi, dibatasi dengan teknik *purposive sampling*, kemudian diurai menggunakan analisis tematik untuk

mengidentifikasi ragam motif yang mendasari perilaku konsumen dalam membeli barang "KW". Temuan lapangan yang berupa ragam motif konsumen tersebut selanjutnya dibawa ke tahap kontekstualisasi untuk didialogkan secara kritis dengan ideal moral yang telah diformulasikan sebelumnya, guna menilai kesesuaian antara keduanya. Proses dialektika ini pada akhirnya bermuara pada sintesis antara ideal moral dengan realitas kontekstual, yang hadir sebagai *legal-specific* untuk menjawab problematika konsumsi produk "KW" di era digital.

#### 1. Realitas Konsumen: Dinamika Fenomena Produk "KW"

##### a) Pengumpulan Data Fenomena: Prosedur Netnografi dan *Purposive Sampling*

Pengumpulan data dilakukan pada platform Shopee (sebagai tempat transaksi) dan TikTok (sebagai ruang diskursus/komentar) dalam rentang periode bulan Januari tahun 2024 hingga bulan Desember tahun 2025, dengan menerapkan teknik *purposive sampling*. yaitu teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang melibatkan pemilihan unit secara sengaja (seperti individu, kasus, atau peristiwa) berdasarkan relevansinya dengan pertanyaan penelitian.<sup>84</sup>

Objek penelitian difokuskan pada tiga kategori produk *fashion* dengan intensitas peredaran tertinggi, yaitu: (1) Pakaian (*clothing*), (2)

---

<sup>84</sup> Omid Tajik dkk., "Purposive Sampling," IJELS: International Journal of Education and Language Studies 2, no. 2 (2024), 1, [https://www.researchgate.net/publication/391849280\\_Purposive\\_Sampling](https://www.researchgate.net/publication/391849280_Purposive_Sampling).

Sepatu (*footwear*), dan (3) Tas (*Bags*). Sebagai data pendukung, diambil pula satu video TikTok yang membahas perilaku membeli produk "KW" secara umum untuk melihat interaksi publik dalam cakupan yang lebih luas dan global.

Proses penentuan sampel dilakukan secara spesifik pada setiap kategori produk dengan rincian sebagai berikut:

- Sampel Shopee: Pada setiap kategori (pakaian, sepatu, dan tas), diambil minimal satu toko atau produk barang tiruan dengan volume penjualan tertinggi (*best seller*).
- Sampel TikTok: Pada setiap kategori, diambil minimal satu video yang membahas produk tiruan secara spesifik (satu video tentang pakaian, satu tentang sepatu, dan satu tentang tas) dengan jumlah tayangan (*views*) dan komentar terbanyak.
- Sampel Tambahan: Seperti yang telah disinggung di paragraf awal, terdapat penambahan satu video TikTok yang membahas perilaku masyarakat yang membeli produk "KW" secara umum (*general*) untuk memperkaya perspektif diskursus. Video ini dipilih berdasarkan tingkat *engagement* tertinggi, seperti komentar terbanyak.

Kemudian, data diberi kode guna memudahkan identifikasi, pelacakan, dan perujukan (*referencing*) dalam analisis. Peneliti menerapkan sistem pengkodean sistematis pada setiap sampel data yang dihimpun.

Format kode disusun dengan struktur: [Inisial>NamaAkun]-[Platform]-[Kategori]-[Nomor Urut]. Sebagai ilustrasi operasional:

- Sebuah video dari akun TikTok Hendy Dion yang membahas pakaian diberi kode hendy-tt-pakaian-1.
- Sebuah toko di Shopee bernama Dr. Club yang menjual pakaian diberi kode drclub-shopee-pakaian-1. Penggunaan kode ini bertujuan untuk menjaga kerapian data sekaligus memastikan setiap kutipan komentar dapat ditelusuri kembali ke sumber aslinya secara presisi.

Setelah seluruh data sampel toko dan video terhimpun serta terklasifikasi dengan kode tersebut, penelitian dilanjutkan dengan pendalaman terhadap unit analisis, yaitu teks ulasan pembeli (*review*) pada platform Shopee dan teks komentar warganet pada platform TikTok. Proses analisis ini difokuskan pada narasi yang merefleksikan alasan, justifikasi (pembenaran), serta ekspresi emosional konsumen yang melatarbelakangi keputusan etis mereka dalam mengonsumsi produk non-orisinal tersebut.

#### 1) Kategori Pakaian (*clothing*)

Data ditelusuri di Tiktok dengan kata kunci 'barang kw shopee' dan 'kw shopee'. Hasil pencarian menempatkan konten mengenai pakaian pada posisi teratas, mengonfirmasi tingginya atensi publik terhadap kategori ini. Berdasarkan teknik *purposive sampling*, terpilih



dua konten kreator utama, yaitu @hendydion (Tahun 2024) dan @karya\_amerta404 (Tahun 2025), dengan total lima video yang relevan.

Dari lima video yang ditemukan, tiga video dipilih sebagai unit analisis utama karena kolom komentarnya memuat perdebatan etis yang tajam mengenai motif konsumsi.

- Video Kode hendy-tt-pakaian-2,<sup>85</sup> (1.346 komentar): Diskursus pada video ini menyoroti rasionalisasi harga versus tuntutan kejujuran. Warganet terbelah antara memaklumi keterbatasan ekonomi dan menuntut etika bisnis.
  - Akun rannsss: "Ada harga ada kualitas."
  - Akun arionnnn: "Kak mungkin budgetnya kurang jadi diwajari saja, mungkin lebih baiknya dibuat semacam pembelajaran buat wirausaha lebih baik bawa brand sendiri."
  - Akun ekyyusada\_: "Emang ada istilah 'ada barang ada harga' tapi sesuai deskripsi juga bahan dan lain-lainnya itu harus jujur ke konsumen."

---

<sup>85</sup> Hendy Dion Utama (@hendydion), "Isu Penjualan Barang Palsu di Indonesia," Tiktok, 2024, <https://www.tiktok.com/@hendydion/video/7337569410741226758>.

- Video Kode hendy-tt-pakaian-3,<sup>86</sup> (722 komentar): Komentar pada video ini memperlihatkan benturan antara pragmatisme ekonomi ("yang penting murah") dan kesadaran akan dampak buruk barang tiruan.
  - Akun Riyan TV: "Gpp kw yang penting bisa dipakai harganya juga murah."
  - Akun Danish Riady: "Masalahnya jadi panjang karena demand-nya banyak bang... kembali lagi masyarakat pengen gaya duit kagak ada."
  - Akun J e T T.: "Kl pemikiran gw ya dr pada dpt imbas karna buat barang KW, knp ga buat brand baru (brand dia sendiri) meskipun harus rintis dl."
- Video Kode amerta-tt-pakaian-5,<sup>87</sup> (280 komentar): Video tahun 2025 ini merekam sikap permisif dan apatis (*bodoh amat*) konsumen terhadap isu HKI, dengan dalih "tidak merugikan orang lain".
  - Akun AFC: "KW 450k worth it ngak? Soalnya lagi kepengen cuma ngak ada duit beli yang ori."

---

<sup>86</sup> Hendy Dion Utama (@hendydion), "Solusi Untuk Akun DR Club dan Masalah KW di Shopee," Tiktok, 2024, <https://www.tiktok.com/@hendydion/video/7340592855108308230>.

<sup>87</sup> Karya Amerta (@karya\_amerta404), "Rekomendasi Hoodie Lokal untuk Gaya Keren ,," Tiktok, 2025, [https://www.tiktok.com/@karya\\_amerta404/video/7511951891929058568?\\_r=1&\\_t=ZS-91gUdFhFYd0](https://www.tiktok.com/@karya_amerta404/video/7511951891929058568?_r=1&_t=ZS-91gUdFhFYd0).

- *Akun leo*: "Peduli apa njir, intinya bagus, tampilan cocok... yang terpenting nyaman ga ngerugiin orang lain ciss."

*Catatan Delimitasi*: Dua video lainnya, yakni hendy-tt-pakaian-1 (1.782 komentar) dan hendy-tt-pakaian-4,<sup>88</sup> (149 komentar), tidak dijadikan sampel analisis narasi. Fokus komentar pada kedua video tersebut terdistraksi pada isu lokasi toko (Jakarta Utara) dan kritik terhadap kebijakan aplikasi Shopee, sehingga kurang relevan dengan variabel etika konsumen yang diteliti.

Penelusuran lebih lanjut dilakukan dengan menindaklanjuti informasi toko yang diungkap (*spill*) pada video hendy-tt-pakaian-1.<sup>89</sup> Meski banyak toko telah non-aktif, ditemukan dua toko yang masih beroperasi aktif menjual produk tiruan.

- Toko pertama "DR Club" dengan kode drclub-shopee-pakaian-1,<sup>90</sup> memberikan temuan menarik karena secara terang-terangan menjual produk tiruan dari merek lokal, Anchorage Bear. Terdapat 16 model kaos yang dijual dengan harga rata-rata Rp169.000. Angka ini sangat ironis mengingat *Anchorage Bear Official Store* (toko asli) menjual produk orisinal dengan harga mulai Rp179.000. Selisih

---

<sup>88</sup> Hendy Dion Utama (@hendydion), "Hati-hati Beli Barang KW! Beli di Official Aja," Tiktok, 2024, <https://www.tiktok.com/@hendydion/video/7374687651204533509>.

<sup>89</sup> Hendy Dion Utama (@hendydion), "Daftar Seller di Shopee - Produk Clothing Lokal dan KW," Tiktok, 2024, <https://www.tiktok.com/@hendydion/video/7368399596508187910>.

<sup>90</sup> Toko DR Club, "Anchorage Bear," Shopee Indonesia, diakses 25 November 2025, <https://shopee.co.id/58rvxpq39u?entryPoint=ShopByPDP>.

harga yang sangat tipis (hanya Rp10.000) menunjukkan bahwa motif konsumen tidak selalu murni karena ketidakmampuan ekonomi, melainkan juga karena ketidaktahuan atau ketidakpedulian. Ulasan pembeli pada produk ini menunjukkan dua kutub respons:

- *Akun dqrbp4khhb*: "Bajunya bagus gaesssss harganya murah tpi nggk murahan keren bgt."
  - *Akun txsac05c6o*: "Ok lah. Bahan gk tipis bgt. Tks."
  - *Akun a\*\*\*\*\*r*: "Variasi: XXL Tampilan: BARANG PALSU/FAKE SABLON JELEK... JELEK ANJIR HITAM BUSUK INI BARANG PALSU KW'IN PRODUK LOKAL."
- Toko Pangkalan Chaopai dengan kode chaopai-shopee-pakaian-2 menjual produk tiruan merek Heretic sebanyak 603 model dengan harga Rp78.000, jauh di bawah harga asli yang dimulai dari Rp175.000. Namun, pada toko ini peneliti tidak mengambil sampel ulasan karena narasi ulasan didominasi oleh pujian generik (yang terindikasi manipulasi *seller*) atau komplain kualitas fisik semata tanpa adanya indikasi kesadaran etis mengenai status barang tiruan tersebut.<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> Pangkalan Chaopai, "Heretic," Shopee Indonesia, diakses 25 November 2025, [https://shopee.co.id/i\\_5tay505d](https://shopee.co.id/i_5tay505d).

## 2) Kategori Sepatu (*footwear*)

Penelusuran data pada kategori sepatu diawali dengan penggunaan kata kunci umum "*barang kw shopee*" dan "*kw shopee*". Meskipun hasil pencarian didominasi oleh kategori pakaian, algoritma pencarian memunculkan konten spesifik mengenai sepatu yang memiliki interaksi tinggi. Hal ini mengonfirmasi bahwa selain pakaian, alas kaki merupakan komoditas tiruan yang memiliki pasar signifikan dan pola justifikasi yang unik.

Unit analisis pada kategori ini diambil dari konten kreator @notmekall (Tahun 2024) berupa unggahan *slide* foto dengan kode data mekal-tt-sepatu-1,<sup>92</sup> (43 komentar).

Berbeda dengan kategori pakaian yang sering kali didorong oleh keinginan tampil modis, diskursus pada kategori sepatu menunjukkan adanya rasionalisasi berbasis utilitarianisme (nilai guna). Warganet menormalisasi pembelian sepatu tiruan untuk penggunaan harian yang kasar (*daily beater*) dan menganggap penggunaan barang orisinal untuk tujuan tersebut sebagai tindakan pemborosan.

- *Akun ayjc*: "Kalo harian mending kw aja sih kalo ORI syg bgt."

---

<sup>92</sup> Notmekall (@notmekall), "Iseng-iseng Liat Shopee, Langsung Aja Kita CO," Tiktok, 2024, [https://www.tiktok.com/@notmekall/photo/7519373780112772358?\\_r=1&\\_t=ZS-91gG0woDgjC](https://www.tiktok.com/@notmekall/photo/7519373780112772358?_r=1&_t=ZS-91gG0woDgjC).

- *Akun Zeenvert 'Sopan*: "Ga perduli ori atau kw, nih sepatu gw pake buat kerja jadi satpam."
- *Akun ellk4ll (Creator)*: "Nah betul, hanya kaum gengsi yang di pake harian ori pun."

Narasi ini membentuk legitimasi moral baru: membeli barang palsu dianggap "bijak" secara ekonomi, sementara membeli orisinal dianggap sebagai "gengsi" yang tidak perlu.

Berdasarkan visual produk yang ditampilkan pada konten TikTok tersebut, yakni model *Adidas Samba*, peneliti melakukan penelusuran spesifik di Shopee. Ditemukan fakta bahwa model ini bersama merek lain seperti Nike, Ventela, dan Compass merupakan objek pemalsuan yang masif.

Sampel diambil dari toko SNEAKERS MILLENIAL (millenial-shopee-sepatu-1),<sup>93</sup> yang menjual produk tiruan dengan strategi penamaan tersamar (*hīlah*), yakni menuliskan judul "Sepatu Sneakers S#MB# OG" (sensor pada kata SAMBA). Strategi ini digunakan untuk menghindari deteksi otomatis sistem HKI di aplikasi. Produk ini dijual seharga Rp254.800, jauh di bawah harga pasar produk orisinal yang mencapai di atas Rp1.000.000.

---

<sup>93</sup> Toko Sneakers Millenial, "Sepatu Sneakers S#MB# OG Hitam Putih Kasual Pria Wanita Kualitas Premium 100% BNIB," Shopee Indonesia, diakses 26 November 2025, <https://shopee.co.id/Sepatu-Sneakers-S-MB-OG-Hitam-Putih-Kasual-Pria-Wanita-Kualitas-Premium-100-BNIB-i.1304885360.28755126241>.

Ulasan konsumen pada produk ini memperlihatkan bahwa "keridaan" (*tarādhin*) mereka sangat bergantung pada tingkat kemiripan visual (*mirroring*).

- Akun *renaldy.renaldyyy*: "SEPATUNYA KERENNNN 1:1 SAMA ORIGINAL."
- Akun *nafa.indah21*: "Barang sesuai pesanan, material sesuai deskripsi bagus premium mirip original... kualitas lem belum teruji semoga kuat."

Namun, ketika kualitas fisik barang tiruan tersebut buruk, konsumen merasa dirugikan, padahal mereka sadar sejak awal membeli barang palsu.

- Akun *mustofakamil593*: "Barang palsu... Kualitas buruk. Barang kW tapi tidak seperti kW yg lain nya: 1. lem nya gak rata, 2. jahitannya asal asalan."

Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam ekosistem produk sepatu KW, konsumen menuntut standar ganda: mereka menginginkan harga barang palsu, namun menuntut kualitas fisik yang mendekati barang asli.

### 3) Kategori Tas (*Bags*)

Penelusuran pada kategori tas menggunakan metode kata kunci yang sama ("*barang kw shopee*"), unit analisis diambil dari video tahun 2025 oleh akun @earth.stylee, earth-tt-tas-1, 305 komentar. Kolom komentar pada video ini didominasi oleh narasi defensif dan perlawanan terhadap kritik penggunaan barang tiruan. Konsumen menggunakan argumen "otonomi finansial" untuk membungkam perdebatan etis.<sup>94</sup>

- Akun 67baratstyle: "Duit duit kite napa sana yang ngatur." (Menegaskan hak mutlak pemilik uang tanpa peduli etika perolehan barang).
- Akun bay20997: "Sama-sama tas sama-sama buat dipake, ga harus orii yang penting kuattt." (Argumen fungsionalis yang mereduksi nilai barang hanya pada kegunaannya).
- Akun bocilepepelitcs01: "Gapapa kW yang penting punya bos🙏."

Narasi ini menunjukkan bahwa bagi konsumen tas "KW", kritik terhadap pelanggaran HKI dianggap sebagai gangguan terhadap kedaulatan dompet mereka.

Beranjak ke platform Shopee, penelusuran data dilakukan menggunakan kata kunci umum "Tas". Dari sekian banyak hasil

---

<sup>94</sup> Earth Stylee (@earth.stylee), "Thriftling Barang Bekas: Menemukan Jansport Ori," Tiktok, 2025, <https://www.tiktok.com/@earth.stylee/video/7537907114597944581>.



pencarian, perhatian peneliti langsung tertuju pada kategori tas gunung (*hiking bag*). Hal ini disebabkan karena secara visual (*thumbnail*) dan indikator harga yang ditampilkan, produk-produk tersebut sangat mudah diidentifikasi sebagai barang tiruan sejak pandangan pertama. Penelusuran lebih mendalam kemudian mengonfirmasi temuan ini, bahwa dalam ekosistem penjualan tas di Shopee, tas gunung merupakan salah satu varian yang paling masif dipalsukan, di mana merek Consina menjadi salah satu objek pemalsuan yang paling dominan.

Sampel diambil dari toko Zeeger Adventure (*zeeger-shopee-tas-1*) yang menjual produk dengan judul panjang sarat kata kunci: "*Tas Ransel 25 Liter... Tas Punggung Consina*". Tas ini terjual 221 unit dengan harga tidak masuk akal, yakni Rp74.000, padahal harga pasar tas *carrier* Consina orisinal berkisar antara Rp300.000 hingga Rp500.000.<sup>95</sup>

Ulasan pada produk ini menyingkap realitas mentalitas konsumen yang mengalami degradasi standar. Konsumen tidak lagi membandingkan barang "KW" dengan barang asli, melainkan dengan benda yang jauh lebih rendah nilainya (plastik kresek).

---

<sup>95</sup> Toko Zeeger Adventure, "Tas Ransel 25 Liter Untuk Pria Dan Wanita # Tas Gunung Hiking 25L # Tas Backpack Sekolah Kuliah Masuk Laptop # Tas Punggung Consina," Shopee Indonesia, diakses 26 November 2025, [https://shopee.co.id/Tas-Ransel-25-Liter-Untuk-Pria-Dan-Wanita-Tas-Gunung-Hiking-25L-Tas-Backpack-Sekolah-Kuliah-Masuk-Laptop-Tas-Punggung-Consina-i.236729177.43607458196?extraParams=%7B%22display\\_model\\_id%22%3A248599935541%2C%22model\\_selection\\_logic%22%3A3%7D&sp\\_atk=53beaac5-07b7-4855-aadd-b01d1c765e0c&xptdk=53beaac5-07b7-4855-aadd-b01d1c765e0c](https://shopee.co.id/Tas-Ransel-25-Liter-Untuk-Pria-Dan-Wanita-Tas-Gunung-Hiking-25L-Tas-Backpack-Sekolah-Kuliah-Masuk-Laptop-Tas-Punggung-Consina-i.236729177.43607458196?extraParams=%7B%22display_model_id%22%3A248599935541%2C%22model_selection_logic%22%3A3%7D&sp_atk=53beaac5-07b7-4855-aadd-b01d1c765e0c&xptdk=53beaac5-07b7-4855-aadd-b01d1c765e0c).

- *Akun s\*\*\*\*:\* "Variasi: Detroid consina abu... tidak terlalu berharap dg harga segitu, tp lumayan daripada pakai plastik kresek kl bepergian."*

Pernyataan "daripada pakai plastik kresek" adalah indikator kuat bahwa dalam konsumsi tas gunung “KW”, nilai merek (Consina) hanya dianggap sebagai "tempelan" tak bermakna, sementara fungsi dasarnya (wadah barang) menjadi satu-satunya justifikasi moral yang tersisa.

#### 4) Sampel Tambahan

Sebagai pelengkap data spesifik per kategori, analisis diperluas pada konten diskursus umum yang diunggah oleh kreator @wellythendra (Tahun 2024) dengan kode sampel welly-tt-tambahan-1. Video ini membahas pertanyaan fundamental: *"Kenapa sih orang banyak beli barang KW?"* dan berhasil memancing interaksi yang sangat representatif terhadap peta mentalitas konsumen Indonesia.<sup>96</sup>

Respons warganet dalam kolom komentar terpolarisasi menjadi tiga spektrum utama:

- Pragmatisme Gaya (Kuantitas di atas Kualitas)

---

<sup>96</sup> Welly Thendra (@wellythendra), “Alasan Orang Memilih Barang KW: Gengsi atau Daya Tarik,” Tiktok, 2024, [https://www.tiktok.com/@wellythendra/video/7447357844304891142?\\_r=1&\\_t=ZS-91gkD3mUgd8](https://www.tiktok.com/@wellythendra/video/7447357844304891142?_r=1&_t=ZS-91gkD3mUgd8).

Dominasi komentar menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih memiliki banyak variasi barang tiruan daripada satu barang asli. Orisinalitas dianggap membatasi gaya karena harganya mahal.

- *Akun Bois Berak979*: "Kalo beli jaket orinya kan sayang ya, brjuta2... gimana bang? mending beli ORI yg brjuta2 itu, atw beli kW tapi dapet buat ganti2?"
- *Akun W170y0*: "Masak beli satu jam, mending buat ganti2 model, bosan taruh aja. Lagian gak ada mikir invest dll."

- Validasi Sosial dan Normalisasi

Konsumsi barang “KW” adalah jalan pintas untuk menaikkan status sosial (*flexing*), dan keyakinan bahwa perilaku ini juga dilakukan oleh kelas atas.

- *Akun wanwan*: "Flexing, biar kelihatan naik derajat juga di sosial media."
- *Akun chandra*: "Orang kaya juga suka beli barang kw, gw kerja dimangga dua, cuman ya kw nya mereka biasa premium."

- Integritas Moral (Suara Minoritas)

Di tengah arus normalisasi, muncul suara minoritas yang menolak barang tiruan bukan karena gengsi, melainkan karena kesadaran etis terhadap hak cipta.

- *Akun bulminkipibencho*: "Gw ga beli KW bukan krn sok2an tp itu integritas diri n gw menghargai seni dan karya org. Gw ga perlu banyak sdkt tp asli itu lebih baik."

Komentar terakhir ini menjadi data penting yang membuktikan bahwa kesadaran etis (*ethical consciousness*) sebenarnya masih ada di masyarakat, namun sering kali tenggelam oleh narasi pragmatisme ekonomi.

#### b) Identifikasi Motif Konsumen: Analisis Tematik Data Fenomena

Data tekstual yang telah dihimpun melalui prosedur netnografi selanjutnya dianalisis menggunakan teknik Analisis Tematik, yaitu metode analisis data yang berfungsi untuk menganalisa data dengan tujuan untuk mengidentifikasi pola atau untuk menemukan tema melalui data yang telah dikumpulkan oleh peneliti.<sup>97</sup> Ditemukan beberapa pola argumentasi yang berulang. Pola-pola ini kemudian dikristalisasi menjadi empat tema besar yang merepresentasikan peta mentalitas dan dinamika etis konsumen produk tiruan di Indonesia.

---

<sup>97</sup> Heriyanto, "Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif," ANUVA 2, no. 3 (2018), 318, <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/3679/2059#>.

Keempat tema ini bergerak dari kutub pragmatisme ekonomi, menuju hasrat sosial, defensif, hingga ketegangan etis yang tersisa.

#### 1) Tema 1: Rasionalitas Ekonomi dan Utilitarianisme

Tema ini merupakan narasi yang paling dominan (mayoritas). Konsumen dalam kategori ini menempatkan faktor harga dan fungsi (*utility*) sebagai parameter mutlak, seraya menihilkan nilai orisinalitas atau hak kekayaan intelektual. Bagi mereka, keputusan membeli barang “KW” adalah tindakan rasional di tengah keterbatasan ekonomi.

- Keterbatasan Daya Beli (*Affordability*): Motif paling mendasar adalah ketidakmampuan finansial. Konsumen mengakui secara jujur bahwa mereka membeli barang tiruan karena tidak memiliki akses ekonomi terhadap barang asli. Hal ini diungkapkan secara lugas oleh akun *fantastic7*: “Ya simple, karena gaada duitnya juga bang,”<sup>98</sup> yang diamini oleh akun *Danish Riady* yang memotret realitas sosial: “Kembali lagi masyarakat pengen gaya duit kagak ada.”<sup>99</sup> Dalam ulasan *e-commerce*, kepuasan konsumen tipe ini murni berbasis pada harga murah. Akun *dqrbp4khhb* menulis ulasan positif: “Bajunya bagus gaesssss harganya murah tpi nggk murahan,”<sup>100</sup> tanpa mempermasalahkan status barang tersebut sebagai tiruan

---

<sup>98</sup> welly-tt-tambahan-1

<sup>99</sup> hendy-tt-pakaian-3

<sup>100</sup> drclub-shopee-pakaian-1

merek lokal. Akun *Riyan TV* juga menegaskan posisi pragmatis ini:

*"Gpp kw yang penting bisa di pakai harga nya juga murah."*<sup>101</sup>

- Utilitarianisme (Nilai Guna di atas Nilai Merek): Sub-tema ini menarik karena konsumen sebenarnya mampu membeli (atau punya pilihan lain), tetapi memilih barang “KW” karena alasan fungsional. Mereka menganggap membeli barang asli untuk penggunaan harian yang kasar adalah pemborosan (*mubazir*). Akun *ayjc* berpendapat: *"Kalo harian mending kw aja sih kalo ORI syg bgt."*<sup>102</sup> Pandangan ini diperkuat oleh testimoni akun *Zeenvert* 'Sopan yang menggunakan sepatu tiruan untuk bekerja: *"Ga perduli ori atau kw, nih sepatu gw pake buat kerja jadi satpam."*<sup>103</sup> Di sini, nilai sepatu direduksi hanya sebagai pelindung kaki, bukan sebagai karya intelektual. Logika ini juga digunakan untuk menjustifikasi pembelian tas gunung tiruan. Akun *bay20997* menyatakan: *"Sama sama tas sama sama buat di pake, ga harus orii yang penting kuattt."*<sup>104</sup> Bahkan, degradasi standar terjadi sangat ekstrem pada ulasan akun *s\*\*\*\** di Shopee, yang membandingkan tas Consina “KW” dengan plastik kresek: *"Lumayan daripada pakai plastik kresek kl bepergian."*<sup>105</sup>

---

<sup>101</sup> hendy-tt-pakaian-3

<sup>102</sup> mekal-tt-sepatu-1

<sup>103</sup> mekal-tt-sepatu-1

<sup>104</sup> earth-tt-tas-1

<sup>105</sup> zeeger-shopee-tas-1

- Variasi di atas Kualitas: Terdapat juga konsumen yang memilih kuantitas daripada kualitas. Mereka lebih suka memiliki banyak barang tiruan yang bisa berganti-ganti model daripada satu barang asli yang awet. Akun *Bois Berak979* mengalkulasi: "*Kalo beli jaket orinya kan sayang ya, brjuta2... mending beli kW tapi dapet buat ganti2,*"<sup>106</sup> yang didukung oleh akun *W170y0*: "*Masak beli satu jam, mending buat ganti2 model, bosan taruh aja.*"<sup>107</sup>

## 2) Tema 2: Gengsi Sosial dan Obsesi Visual (*Simulacra*)

Berbeda dengan tema pertama yang jujur soal fungsi, tema kedua ini penuh dengan kepalsuan citra. Motif ini didorong oleh hasrat untuk mendapatkan pengakuan sosial (*social recognition*) atau *flexing* menggunakan simbol-simbol kemewahan yang palsu.

- Panjat Sosial (*Social Climbing*): motif ini diungkapkan oleh akun *wanwan*: "*Flexing, biar kelihatan naik derajat juga di sosial media.*"<sup>108</sup> Barang "KW" di sini berfungsi sebagai *simulacra* atau citra palsu yang menggantikan realitas kelas sosial penggunanya. Normalisasi perilaku ini juga diperkuat dengan asumsi bahwa "orang kaya juga melakukannya", sebagaimana komentar akun *chandra*: "*Orang kaya juga suka beli barang kw... cuman ya kw nya*

---

<sup>106</sup> welly-tt-tambahan-1

<sup>107</sup> welly-tt-tambahan-1

<sup>108</sup> welly-tt-tambahan-1

*mereka biasa premium.*"<sup>109</sup> Narasi ini digunakan untuk menghapus rasa malu (*shame*) saat menggunakan barang palsu.

- Obsesi Kemiripan "1:1" (*Mirroring*): Konsumen dalam kategori ini sangat kritis terhadap detail visual. "Keridaan" mereka bergantung sepenuhnya pada seberapa sukses barang tersebut menipu mata orang lain. Akun *renaldy.renaldyyy* memberikan pujian tertinggi pada sepatu tiruan karena aspek visualnya: "*SEPATUNYA KERENNNN 1:1 SAMA ORIGINAL.*"<sup>110</sup> Sebaliknya, konsumen menjadi cemas jika barang "KW" tersebut "terlihat palsu". Akun *ssiws\_* menetapkan standar minimal kepalsuan: "*Apalagi ngeliat org pake sepatu jordan fake, minimal tu 'kw super' itu minimal.*"<sup>111</sup> Akun *AFC* bahkan meminta validasi publik sebelum membeli: "*KW 450k worth it ngak? soalnya lagi kepengen cuma ngak ada duit beli yang ori.*"<sup>112</sup>

### 3) Tema 3: Defensif (*Defensiveness*) dan Otonomi Finansial (Apatisme)

Ketika perilaku mengonsumsi barang "KW" dikritik, muncul tema resistensi atau perlawanan. Konsumen membentengi diri dengan argumen moral subjektif untuk menolak intervensi etika dari luar.

---

<sup>109</sup> welly-tt-tambahan-1

<sup>110</sup> millenial-shopee-sepatu-1

<sup>111</sup> amerta-tt-pakaian-5

<sup>112</sup> amerta-tt-pakaian-5



- Otonomi Finansial ("Uang Saya, Aturan Saya"): Argumen paling umum adalah kedaulatan atas uang pribadi. Akun *67baratstyle* dengan nada agresif menyatakan: *"Duit duit kite napa sana yang ngatur."*<sup>113</sup> Sikap ini memisahkan aktivitas ekonomi dari tanggung jawab moral; seolah-olah kepemilikan uang memberikan hak mutlak untuk membeli apa saja, termasuk barang yang melanggar hukum.
- Prinsip "Tidak Merugikan Orang Lain": Banyak konsumen merasa tidak bersalah karena merasa tidak merugikan siapa pun secara langsung (fisik). Akun *leo* menulis: *"Peduli apa njir... yang terpenting nyaman ga ngerugiin orang lain ciass."*<sup>114</sup> Sikap permisif ini juga terlihat dari komentar *bocilepepelitcs01*: *"Gapapa kW yang penting punya bos,"*<sup>115</sup> dan sikap pasrah akun *arionnnnn* yang memaklumi pelanggaran karena keadaan: *"Kak mgkin budget nya kurang jadi di wajari saja."*<sup>116</sup>
- Serangan Balik ke Konsumen Produk Orisinal: Menariknya, terdapat pola "serangan balik" di mana konsumen barang "KW" melabeli pembeli barang asli sebagai orang yang tidak bijak atau hanya gengsi. Akun *ellk4ll* menyatakan: *"Nah betul, hanya kaum*

---

<sup>113</sup> earth-tt-tas-1

<sup>114</sup> amerta-tt-pakaian-5

<sup>115</sup> earth-tt-tas-1

<sup>116</sup> hendy-tt-pakaian-2

*gengsi yang di pake harian ori pun.*"<sup>117</sup> Narasi ini bertujuan untuk memvalidasi pilihan mereka sebagai yang paling "masuk akal".

- Tuntutan Kejujuran Deskripsi: Konsumen menuntut "moralitas dalam penyimpangan". Mereka menerima barang "KW", asalkan penjual jujur. Akun *ekyyusada\_* menegaskan: "*Harus jujur ke konsumen,*"<sup>118</sup> dan *nafa.indah21* merasa puas karena barang "*sesuai deskripsi bagus premium mirip original.*"<sup>119</sup> Artinya, bagi mereka, dosa menjual barang palsu terhapus jika penjual mengakui kepalsuannya

#### 4) Tema 4: Sisa Kesadaran Terhadap Etika Konsumsi

Di tengah dominasi pragmatisme, analisis data juga menemukan jejak kesadaran etis yang masih hidup.

- Integritas Moral (Menghargai Karya): Suara minoritas yang menolak barang "KW" atas dasar prinsip muncul dari akun *bulminkipibencho*: "*Gw ga beli KW bukan krn sok2an tp itu integritas diri n gw menghargai seni dan karya org.*"<sup>120</sup> Akun *J e T* juga menyuarakan kritik konstruktif terhadap pembajakan merek:

---

<sup>117</sup> mekal-tt-sepatu-1

<sup>118</sup> hendy-tt-pakaian-2

<sup>119</sup> millenial-shopee-sepatu-1

<sup>120</sup> welly-tt-tambahan-1

*"Dr pada dpt imbas karna buat barang KW, knp ga buat brand baru."*<sup>121</sup>

- Kemarahan atas Pemalsuan Merek Lokal (Nasionalisme): Ketegangan etis memuncak ketika objek pemalsuan adalah merek lokal yang terjangkau. Akun *a\*\*\*\*\*r* di Shopee meluapkan kemarahan bukan hanya karena kualitas barang yang buruk, tetapi karena pemalsuan identitas merek lokal: *"JELEK ANJIR HITAM BUSUK INI BARANG PALSU KW'IN PRODUK LOKAL."*<sup>122</sup> Komentar ini membuktikan bahwa batas toleransi konsumen terhadap barang "KW" tidak absolut; ada sentimen nasionalisme atau keberpihakan pada "sesama lokal" yang membuat praktik "KW" menjadi tidak dapat diterima dalam konteks tertentu.

## 2. Kontekstualisasi: Dialog Ideal Moral dengan Realitas Konsumen

Setelah prinsip-prinsip moral universal (ideal moral) dari Q.S. Al-Nisā': 29 diekstraksi melalui Gerakan Pertama, tahap analisis selanjutnya adalah melakukan Gerakan Kedua, yakni bergerak "dari masa lalu kembali ke masa kini". Langkah ini merupakan esensi dari metodologi Fazlur Rahman. Ideal moral yang telah ditemukan tersebut "ditubuhkan" atau diaplikasikan secara kontekstual untuk menilai fenomena kontemporer.

---

<sup>121</sup> hendy-tt-pakaian-3

<sup>122</sup> drclub-shopee-pakaian-1

Pada tahap ini, prinsip-prinsip universal, yakni (1) integritas perolehan (*anti-gashb*), (2) validitas keridaan substantif, dan (3) tanggung jawab sosial konsumsi, difungsikan sebagai standar etis untuk mengadili perilaku konsumen di era digital. Data netnografi yang telah diklasifikasikan ke dalam empat tema motif (1) Rasionalitas, (2) Gengsi, (3) Defensif, dan (4) Apatis kini didialogkan secara kritis dengan nilai-nilai Al-Qur'ān. Tujuannya adalah untuk menjawab: Apakah motif-motif tersebut dapat dibenarkan secara syar'i dan etis?

a) Analisis Kritis "Rasionalitas Ekonomi dan Utilitarianisme " dengan Prinsip Integritas Perolehan

Temuan lapangan menunjukkan bahwa motif paling dominan dalam mengonsumsi produk tiruan adalah rasionalitas ekonomi. Konsumen seperti akun *Riyan TV* ("Gpp kw yang penting bisa dipakai")<sup>123</sup> dan *Zeenvert* ("Ga perduli ori atau kw, buat kerja jadi satpam")<sup>124</sup> menggunakan logika utilitarianisme: barang dinilai semata-mata dari fungsinya, bukan dari orisinalitasnya. Mereka merasa tindakan ini sah karena didorong oleh keterbatasan daya beli (*affordability*) dan kebutuhan fungsional.

Namun, jika motif ini dibenturkan dengan ideal moral Integritas Perolehan yang ditemukan pada Gerakan Pertama, argumen rasionalitas ekonomi mengalami cacat etika yang fundamental.

---

<sup>123</sup> hendy-tt-pakaian-3

<sup>124</sup> mekal-tt-sepatu-1

Wahbah al-Zuhayli dalam tafsirnya mendefinisikan *bāthil* salah satunya sebagai *gashb*, yaitu mengambil hak orang lain (baik benda maupun manfaat) secara *zhālim* tanpa mengganti nilainya. Dalam konteks produk "KW", meskipun konsumen membayar sejumlah uang kepada penjual di Shopee, mereka sejatinya sedang menikmati manfaat dari hak kekayaan intelektual (desain, merek, reputasi) milik kreator asli tanpa membayar kompensasi kepada pemilik hak tersebut.<sup>125</sup>

Ketika akun s\*\*\*\* di Shopee membandingkan tas Consina tiruan dengan "plastik kresek",<sup>126</sup> ia mereduksi nilai barang hanya pada wujud fisiknya. Padahal, menurut prinsip Q.S. Al-Nisā': 29, kehalalan sebuah harta tidak hanya ditentukan oleh wujud zatnya (bukan babi/khamr), tetapi oleh cara perolehannya (*al-kasb*). Membeli barang "KW" dengan alasan "hemat" adalah bentuk *gashb* terselubung: konsumen mendapatkan "citra" dan "fungsi" barang mahal dengan cara merampas potensi keuntungan pemilik merek asli.

*Bāthil* adalah perpindahan harta tanpa landasan *istihqāq* (keberhakan) yang sah. Oleh karena itu, rasionalitas ekonomi dalam membeli barang "KW" adalah rasionalitas yang *bāthil*. Keterbatasan ekonomi (kecuali dalam kondisi darurat yang mengancam nyawa, seperti kelaparan) tidak dapat menjadi pembenar untuk melanggar hak milik pihak

---

<sup>125</sup> Wahbah al-Zuhayli, Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj, vol. 3, 57 & 58

<sup>126</sup> zeeger-shopee-tas-1

lain. Dalam etika Islam, kemiskinan atau keinginan berhemat tidak menghalalkan pelanggaran terhadap hak *adami* (hak sesama manusia).<sup>127</sup>

b) Analisis Kritis "Gengsi Sosial dan Obsesi Visual (*Simulacra*)" dengan Prinsip Validitas Keridaan

Tema kedua yang ditemukan di lapangan adalah pemenuhan gengsi sosial (*social climber*) dan obsesi terhadap kemiripan visual. Akun *renaldy.renaldyyy* memuji sepatu tiruan karena "1:1 SAMA ORIGINAL",<sup>128</sup> dan akun *wanwan* bahwa tujuan dari membeli barang "KW" adalah "*flexing*".<sup>129</sup> Para konsumen ini merasa transaksi mereka sah dan etis karena adanya prinsip "suka sama suka" (*saling ridhā*) antara mereka dan penjual. Penjual jujur mengatakan itu barang "KW", dan pembeli *ridhā* membelinya.

Namun, Gerakan Pertama hermeneutika Q.S. Al-Nisā': 29 membongkar kesewenang-wenangan penafsiran "*ridhā*" ini. Wahbah al-Zuhayliy menegaskan kaidah teologis: "*Tidak semua rasa suka sama suka (kerelaan) diakui oleh syari'at*". Keridaan yang dibangun di atas objek yang haram atau melanggar aturan adalah batal demi hukum.<sup>130</sup>

---

<sup>127</sup> Abul Mawahib dkk., "Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Berdasarkan Surah An-Nisa Ayat 29."

<sup>128</sup> millenial-shopee-sepatu-1

<sup>129</sup> welly-tt-tambahan-1

<sup>130</sup> Wahbah al-Zuhayliy, Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj, vol. 3, 58

Dalam kasus ini, "keridaan" antara akun *nafa.indah21*<sup>131</sup> dengan penjual sepatu "KW" di Shopee adalah bentuk *ridha ghairu mu'tabar* (keridaan yang tidak diakui). Mengapa?

- Objek *Bāthil*: Objek transaksi adalah barang hasil pelanggaran HKI (*gashb*). Kesepakatan dua pihak untuk melakukan transaksi atas barang curian (intelektual) tidak membuat barang itu menjadi halal.
- Praktik *Hīlah* (Tipu Muslihat): Ibn Katsīr menjelaskan bahwa *bāthil* juga mencakup *hīlah*, yakni upaya memanipulasi cara agar yang haram terlihat sah. Temuan peneliti mengenai toko Shopee yang menyensor nama produk menjadi "S#MB#" untuk menghindari deteksi sistem adalah bukti nyata praktik *hīlah* modern. Konsumen yang membeli produk tersebut bersekongkol dalam tipu muslihat ini.
- Tadlis (Penipuan Citra): Konsumen yang membeli barang "KW" untuk *flexing* (seperti akun *wanwan*) sejatinya sedang melakukan penipuan sosial (*social deception*). Mereka ingin dicitrakan mampu, padahal tidak. Etika *Tarādhin* menuntut kejujuran (*siddiq*), bukan kepalsuan citra.

Dengan demikian, argumen "penjual jujur bilang ini "KW"" yang sering dijadikan tameng moral oleh konsumen (seperti pada akun *ekyyusada\_*)<sup>132</sup> tidak menggugurkan kebatilan transaksi. Kejujuran penjual

---

<sup>131</sup> millenial-shopee-sepatu-1

<sup>132</sup> hendy-tt-pakaian-2

tentang status palsu barang hanya menghapus unsur penipuan (*ghish*) kepada pembeli, namun tidak menghapus unsur perampasan hak (*gashb*) kepada pemilik merek asli.

c) Analisis Kritis "Sikap Defensif dan Sikap Apatis" dengan Prinsip Tanggung Jawab Sosial

Tema ketiga yang muncul dari data lapangan menyingkap stratifikasi pembelaan diri (*self-defense mechanism*) yang kompleks. Konsumen membentengi diri dengan argumen Otonomi Finansial sebagaimana akun *67baratstyle* ("Duit duit kite napa sana yang ngatur"),<sup>133</sup> dan argumen Prinsip Tidak Merugikan (*No Harm Principle*) seperti kata akun *leo* ("Yang terpenting nyaman ga ngerugiin orang lain").<sup>134</sup> Selain itu, muncul varian baru berupa "Serangan Balik" (*Reverse Snobbery*), di mana akun *ellk4ll* melabeli pembeli barang orisinal sebagai "kaum gengsi",<sup>135</sup> serta justifikasi "Kejujuran Deskripsi" dari akun *ekyyusada\_* dan *nafa.indah21* yang merasa transaksi menjadi etis selama penjual jujur mengakui barang tersebut palsu.<sup>136</sup>

Namun, jika dibenturkan dengan Ideal Moral Tanggung Jawab Sosial Q.S. Al-Nisā': 29, seluruh bangunan argumen defensif ini runtuh. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah memberikan pukulan telak pada

---

<sup>133</sup> earth-tt-tas-1

<sup>134</sup> amerta-tt-pakaian-5

<sup>135</sup> mekal-tt-sepatu-1

<sup>136</sup> hendy-tt-pakaian-2, millennial-shopee-sepatu-1



logika otonomi finansial melalui tafsir kata *amwālakum* (harta kalian). Penggunaan kata ganti jamak (*kum*) mengisyaratkan bahwa harta individu pada hakikatnya memiliki fungsi sosial sebagai "milik bersama" atau harta umat. Meskipun secara hukum adalah milik pribadi, pada hakikatnya ia adalah sarana kehidupan (*qiyāman*) bagi masyarakat luas, sehingga harus beredar dan menghasilkan manfaat bersama.<sup>137</sup> Wahbah al-Zuhayliy mempertegas bahwa penggunaan harta pribadi "tidak boleh sampai membahayakan umat atau mengancam kemaslahatan umum".<sup>138</sup>

Klaim akun *leo* bahwa membeli barang "KW" "tidak merugikan orang lain" adalah falasi logika (*logical fallacy*). Data temuan di Shopee membuktikan sebaliknya: Toko *drclub-shopee-pakaian-1* menjual tiruan kaos merek lokal *Anchorage Bear* dengan selisih harga tipis. Ketika konsumen memilih membeli produk tiruan tersebut, mereka secara langsung sedang "mematikan" pendapatan produsen lokal yang telah bersusah payah membangun merek.

Demikian pula dengan argumen "Kejujuran Deskripsi". Dalam prinsip Islam, kejujuran lisan (*ṣidq al-lisān*) penjual yang mengakui barangnya "KW" tidak serta-merta menyucikan objek transaksi yang statusnya *bāthil*. Sebuah barang hasil pelanggaran HKI (*ghashb*) tetaplah haram diperjualbelikan meskipun pelakunya jujur mengakui pelanggaran

---

<sup>137</sup> Muhammad Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an, vol. 2, 411

<sup>138</sup> Wahbah Az-Zuhaili, Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj, vol. 3, 57 - 59

tersebut. Keridaan pembeli dalam kasus ini adalah *riḍā ghairu mu'tabar* (ridha yang tidak sah) karena dibangun di atas objek yang cacat hukum.

Di sinilah relevansi tafsir "Dan janganlah kamu membunuh dirimu" (*Wa Lā Taqtulū Anfusakum*) bekerja. Sebagaimana analisis Al-Thabariy bahwa umat Islam adalah satu tubuh, maka membunuh (ekonomi) saudara sendiri sama dengan membunuh diri sendiri.<sup>139</sup> Ibn Katsīr lebih cenderung pada makna "jangan saling membunuh", mengaitkan erat sengketa harta (akibat praktik *bāthil*) dengan potensi terjadinya pertumpahan darah dalam masyarakat.<sup>140</sup> Quraish Shihab menyebut fenomena ini sebagai jalan menuju kehancuran masyarakat atau "pembunuhan sosial".<sup>141</sup> Sikap apatis dan permisif konsumen terhadap produk "KW" adalah bentuk partisipasi aktif dalam "Bunuh Diri Ekonomi". Dengan mendukung ekosistem pembajakan, konsumen sedang meruntuhkan tatanan pasar yang adil, mematikan insentif berkarya, dan pada akhirnya merugikan diri mereka sendiri karena hidup dalam pasar yang dipenuhi kepalsuan dan kualitas rendah.

d) Afirmasi "Sisa Kesadaran Etika": Integritas dan Nasionalisme sebagai Embrio Kesadaran Baru

---

<sup>139</sup> Abu Ja'far Muhammad bin Jarir al-Thabar, Tafsir Ath-Thabari, vol. 6, 786-802

<sup>140</sup> Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir Ad-Dimasyqi, Tafsir Ibnu Kasir, vol. 5, 270-273

<sup>141</sup> Muhammad Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an, vol. 2, 411-414

Berbeda dengan tiga tema sebelumnya yang menunjukkan pertentangan diametral dengan ideal moral Al-Qur'ān, tema keempat justru menunjukkan keselarasan (kompatibilitas) dengan prinsip Q.S. Al-Nisā': 29.

Temuan lapangan pada akun *bulminkipibencho*,<sup>142</sup> yang menolak barang "KW" demi integritas diri dan menghargai karya, adalah manifestasi nyata dari prinsip Integritas Perolehan. Fenomena ini membuktikan bahwa konsep *Anti-Gashb* (anti perampasan hak) bukanlah utopia teologis semata, melainkan nilai yang secara fitrah masih hidup di sebagian kecil nurani konsumen, meskipun terhimpit oleh budaya pragmatisme.

Lebih jauh, kemarahan akun *a\*\*\*\*\*r*,<sup>143</sup> terhadap pemalsuan produk lokal ("KW-in produk lokal") memvalidasi prinsip Tanggung Jawab Sosial Konsumsi. Kemarahan tersebut muncul bukan karena kerugian materi pribadi, melainkan karena adanya solidaritas ekonomi (nasionalisme) untuk melindungi produsen sesama bangsa. Dalam perspektif tafsir *hifz al-māl* (menjaga harta umat), sikap ini adalah bentuk kesadaran tertinggi: konsumen menolak berpartisipasi dalam "bunuh diri ekonomi" yang mematikan industri lokal.

Keberadaan kelompok minoritas yang sadar etika ini menjadi temuan krusial. Ia mengonfirmasi bahwa penerapan etika Islam di pasar

---

<sup>142</sup> welly-tt-tambahan-1

<sup>143</sup> drclub-shopee-pakaian-1

digital adalah hal yang sangat mungkin dilakukan. Sisa kesadaran inilah yang kemudian akan diamplifikasi dan distrukturisasi dalam formulasi sintesis etika konsumsi pada bagian selanjutnya.

### 3. Sintesis Ideal Moral dengan Realitas Konsumen: Formulasi Etika Konsumsi Kontekstual

Sebagai konklusi dari dialektika Gerakan Pertama (idealisme teks) dan Gerakan Kedua (realitas konteks), penelitian ini merumuskan etika konsumsi baru bagi masyarakat digital. Q.S. Al-Nisā': 29, ketika dibaca dengan metode *Double Movement* Fazlur Rahman, mengirimkan pesan yang melampaui sekadar hukum jual-beli formal. Ayat ini mentransformasi paradigma konsumsi dari sekadar "Bolehkan saya membeli ini?" (legal-formal) menjadi "Pantaskah saya membeli ini?" (etis-moral). Berdasarkan analisis di atas, dirumuskan tiga pilar Etika Konsumsi Muslim dalam menyikapi produk "KW":

#### a) Konsumsi Berbasis Integritas: Barang yang Dikonsumsi Harus Bersih dari Unsur *Gashb*

Seorang konsumen Muslim tidak boleh hanya terpaku pada harga (*price-oriented*) atau fungsi (*utility-oriented*). Konsumen wajib memastikan Integritas Perolehan. Barang yang halal dikonsumsi bukan hanya yang zatnya halal, tetapi yang proses pengadaannya bersih dari unsur *gashb* (perampasan hak kekayaan intelektual). Membeli produk "KW", meskipun dengan uang halal, adalah bentuk dukungan terhadap ekosistem yang *bāthil*.

b) Keridaan yang Kritis: Tidak Terlibat dalam Praktik *Hīlah* dan *Tadlis*

Konsumen tidak boleh berlindung di balik dalil "suka sama suka" (*tarāḍin*) untuk menjustifikasi pembelian barang ilegal. Keridaan harus bersifat substantif, yakni *ridhā* terhadap objek yang sah secara syariat dan hukum negara. Konsumen dituntut untuk tidak terlibat dalam praktik *hīlah* (tipu muslihat) dan *tadlis* (pemalsuan citra/gengsi) yang marak di *marketplace*.

c) Solidaritas Ekonomi: Tidak Membeli Barang "KW" Semenarik Apapun Tawarannya

Konsumen harus menyadari bahwa setiap rupiah yang dibelanjakan adalah "suara" politik. Memilih produk orisinal (terutama merek lokal yang terjangkau) daripada produk tiruan merek mewah adalah implementasi dari larangan "*membunuh dirimu*". Etika ini menuntut pergeseran dari mentalitas "Gengsi tapi Palsu" menjadi "Sederhana tapi Asli", sebagai bentuk penghormatan terhadap hak karya orang lain dan menjaga keberlangsungan ekonomi umat (*hifz al-māl*).

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Gerakan Pertama dalam analisis hermeneutika ini mengungkap bahwa Q.S. Al-Nisā': 29 sejatinya turun sebagai kritik sosio-historis yang tajam terhadap hegemoni egoisme ekonomi masyarakat Arab pra-Islam yang sarat dengan praktik manipulatif (*hīlah*) dan eksploitatif. Melalui proses dekonstruksi makna terhadap term *amwālakum* yang menegaskan dimensi sosial harta, serta redefinisi *al-bāthil* dan *tarādhin* yang melampaui formalitas hukum legal, penelitian ini berhasil merumuskan tiga prinsip moral universal (ideal moral) sebagai *ratio legis* ayat tersebut. Ketiga prinsip tersebut adalah: (1) Prinsip Integritas Perolehan (Anti-*Gashb*), yang mensyaratkan kebersihan objek transaksi dari unsur perampasan hak orang lain; (2) Prinsip Validitas Keridaan Substantif, yang menegaskan bahwa keridaan harus objektif dan batal demi hukum jika dibangun di atas objek yang haram; dan (3) Prinsip Tanggung Jawab Sosial Konsumsi, yang memandang aktivitas ekonomi sebagai upaya menjaga keberlangsungan hidup masyarakat (*hifz al-mujtama'*) dan menghindari kehancuran kolektif.
2. Gerakan Kedua menubuhkan prinsip-prinsip tersebut ke dalam konteks kekinian. Temuan lapangan melalui netnografi memetakan empat klasifikasi motif konsumen produk "KW", yakni Rasionalitas Ekonomi, Pemenuhan Gengsi (*Simulacra*), Sikap Defensif dan Apatik, serta Sisa

Kesadaran Etis. Proses kontekstualisasi membuktikan bahwa tiga motif pertama bertentangan diametral dengan ideal moral Al-Qur'an; argumen penghematan gugur karena mengandung unsur *gashb*, dan klaim "suka sama suka" dinilai sebagai *ridā ghairu mu'tabar* karena adanya unsur *tadlis* dan *hīlah*. Sebaliknya, motif keempat terafirmasi sebagai embrio kesadaran yang selaras dengan semangat ayat. Sebagai sintesis akhir (*legal-specific*), penelitian ini tercipta tiga pilar baru etika konsumsi Islam untuk menyikapi produk "KW", yaitu: Konsumsi Berbasis Integritas yang menolak barang hasil pelanggaran hak; Keridaan yang Kritis yang tidak terjebak pada manipulasi pasar; serta Solidaritas Ekonomi untuk mencegah "bunuh diri ekonomi" dengan mengutamakan produk orisinal lokal.

## **B. Saran**

Berdasarkan temuan penelitian, penulis mengajukan rekomendasi praktis bagi berbagai pihak:

1. Bagi Konsumen Muslim Disarankan untuk meningkatkan literasi etika konsumsi yang tidak hanya berhenti pada label halal-haram zat makanan, tetapi juga kehalalan hak kekayaan intelektual. Konsumen hendaknya menahan diri (*iffah*) dari membeli barang palsu demi gengsi semata. Lebih utama membeli produk merek lokal yang orisinal dan terjangkau daripada membeli produk tiruan merek mewah, sebagai bentuk dukungan terhadap ekonomi umat.

2. Bagi Pelaku E-Commerce (Shopee) Disarankan untuk memperketat sistem filtrasi produk dengan memperbarui algoritma deteksi kata kunci yang disamarkan (praktik *hīlah* seperti sensor nama produk "S#MB#"). Tanggung jawab moral penyedia platform tidak lepas hanya karena bertindak sebagai perantara, mengingat fasilitasi terhadap transaksi barang *bāthil* juga mencederai prinsip muamalah yang sehat.
3. Bagi Tokoh Agama dan Pendakwah Diharapkan agar materi dakwah ekonomi Islam diperluas cakupannya. Perlu adanya edukasi masif bahwa pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) seperti membeli barang bajakan adalah bentuk kezaliman (*gashb*) yang dilarang agama, sama beratnya dengan larangan mencuri harta fisik.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya Penelitian ini terbatas pada pendekatan kualitatif netnografi pada platform digital. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian dengan metode kuantitatif untuk mengukur tingkat pemahaman hukum Islam masyarakat terhadap HKI, atau melakukan studi komparasi antara perilaku konsumen di berbagai platform *marketplace* yang berbeda.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abigail Natalia Bukit, Nadia Carolina Weley, Ranty Angriyani Harahap, dan Hari Sutra Disemadi. “Fenomena Produk dengan Merek Palsu: Perlindungan Konsumen?” *Journal Sapientia et Virtus* 7, no. 1 (2022). <http://www.hukumonline.com,.>
- Abu Ja’far Muhammad bin Jarir al-Thabar. *Tafsir Ath-Thabari* . Terjemahan. Disunting oleh Ahmad Muhammad Shakir. Vol. 6. Pustaka Azzam , 2000. [https://archive.org/details/tafsir-1\\_202201/Tafsir%206/](https://archive.org/details/tafsir-1_202201/Tafsir%206/).
- Abul Mawahib, Ippa Syahida, dan Irwan Misbach. “Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Berdasarkan Surah An-Nisa Ayat 29.” *Ruhul Islam* 2, no. 3 (t.t.). Diakses 24 November 2025. <https://academicjournal.yarsi.ac.id/ojs3/index.php/rhi/article/view/202/148>.
- Afifa Ulya Az-Zahra. “Fenomena ‘Spill The Tea’ Menurut Al-Qur’an: Analisis Q.S. Al-Hujurat Ayat 12 dengan Perspektif Double Movement Fazlur Rahman.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2024.
- Ahmad Albar Salim Romadhon. “Aplikasi Double Movement Fazlurrahman Pada Makna Ahl Al-Bait Surath Al-Ahzab Ayat 33.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2024.
- Al-Imam Abul Fida Isma’il Ibnu Kasir Ad-Dimasyqi. *Tafsir Ibnu Kasir*. Juz 5. Diterjemahkan oleh Bahrn Abu Bakar. Vol. 5. Sinar Baru Algensindo, 2000.

<https://ia801900.us.archive.org/31/items/TafsirIbnuKatsirJuz5an-nisa24S.d>.

[An-nisa147/TafsirIbnuKatsirJuz5an-nisa24S.d.An-nisa147.pdf](#).

Aris Munandar, dan Ahmad Hasan Ridwan. “Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba’i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online.” *Rayah Al-Islam* 7, no. 1 (2023).

Arkan I Gharzian. “Keputusan Pembelian Barang KW di Kalangan Mahasiswa Salatiga.” *Edunamika: Pendidikan Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana* 2, no. 1 (2018).

Devia Chalisa. “Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh).” Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021.

Earth Stylee (@earth.stylee). “Thrifting Barang Bekas: Menemukan Jansport Ori.” Tiktok, 2025. <https://www.tiktok.com/@earth.stylee/video/7537907114597944581>.

Erwati Aziz Nashruddin Baidan. *Metodologi Khusus Penelitian Tafsir*. Pustaka Pelajar, 2019. [https://www.researchgate.net/publication/341591626\\_METHODOLOGI\\_KHUSUS\\_PENELITIAN\\_TAFSIR](https://www.researchgate.net/publication/341591626_METHODOLOGI_KHUSUS_PENELITIAN_TAFSIR).

Fahrudin Faiz Ali Usman. *Hermeneutika Al-Qur’an: Teori, Kritik dan implementasinya*. 1 ed. Dialektika, 2019. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/41967/13/Hermeneutika%20Al%20Qur%27an.pdf>.

Hendy Dion Utama (@hendydion). “Daftar Seller di Shopee - Produk Clothing Lokal dan KW.” Tiktok, 2024. <https://www.tiktok.com/@hendydion/video/7368399596508187910>.

Hendy Dion Utama (@hendydion). “Hati-hati Beli Barang KW! Beli di Official Aja.” Tiktok, 2024. <https://www.tiktok.com/@hendydion/video/7374687651204533509>.

Hendy Dion Utama (@hendydion). “Isu Penjualan Barang Palsu di Indonesia.” Tiktok, 2024. <https://www.tiktok.com/@hendydion/video/7337569410741226758>.

Hendy Dion Utama (@hendydion). “Solusi Untuk Akun DR Club dan Masalah KW di Shopee.” Tiktok, 2024. <https://www.tiktok.com/@hendydion/video/7340592855108308230>.

Heriyanto. “Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif.” *ANUVA* 2, no. 3 (2018). <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/3679/2059#>.

Jatot Digdo Ismoyo. *Metodologi Penelitian Hukum*. Raja Grafindo Persada, 2019. <https://id.scribd.com/document/841635815/Buku-Ajar-Metodologi-Penelitian-Hukum#page=74>.

Karya Amerta (@karya\_amerta404). “Rekomendasi Hoodie Lokal untuk Gaya Keren .” Tiktok, 2025. [https://www.tiktok.com/@karya\\_amerta404/video/7511951891929058568?\\_r=1&\\_t=ZS-91gUdFhFYd0](https://www.tiktok.com/@karya_amerta404/video/7511951891929058568?_r=1&_t=ZS-91gUdFhFYd0).

Kementerian Agama Republik Indonesia. "Q.S. Al-Maidah [5]: 3 - Qur'an Kemenag." Qur'an Kemenag. Diakses 2 November 2025. <https://quran.kemenag.go.id/>.

Kementerian Agama Republik Indonesia. "Q.S. Al-Nisa [4]: 29 - Qur'an Kemenag." Quran Kemenag. Diakses 4 November 2025. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=176>.

Kiki Safitri, dan Aprillia Ika. "Kosmetik, Oli, hingga Tinta Printer Sering Dipalsukan, Negara Rugi Rp 291 Triliun." *Kompas* (Jakarta), 13 September 2023. <https://money.kompas.com/read/2023/09/13/145918926/kosmetik-oli-hingga-tinta-printer-sering-dipalsukan-negara-rugi-rp-291-triliun>.

Majelis Ulama Indonesia. *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*. Jakarta, 2005.

Miza Nina Adlini, Anisya Hanifa Dinda, Sarah Yulinda, Octavia Chotimah, dan Sauda Julia Merliana. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6, no. 1 (2022): 975.

Muchammad Galih Yuliansyah, Dwi Rangga Prasetyo, Erlin Septiyani, dan Ahmad Khayatudin. "Perlindungan Konsumen: Kajian Hukum terhadap HP KW Bermerek yang Terdaftar Di Platform E-Commerce Shopee." *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING: Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa* 2, no. 6 (2024). <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jipm.v2i6.566>.

Muhamad Syafik Muafa. “Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Perilaku Pembelian Sepatu KW oleh Mahasiswa IAIN Kediri (Studi Kasus Terhadap Mahasisw Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah).” SKRIPSI, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024.

Muhammad Baha’udin. “Praktek Bisnis Dalam Al-Qur’an (Analisis Q.S. An-Nisa Ayat 29).” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2022.

Muhammad Quraish Shihab. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur’an*. Vol. 2. Lentera Hati , 2002. <https://ia803106.us.archive.org/22/items/etaoin/Tafsir%20Al-Mishbah%20Jilid%2002%20-Dr.%20M.%20Quraish%20Shihab.pdf>.

Nanan Annaajiyah. “TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI (BAI) BARANG IMITASI (Studi Kasus di Pasar Induk Cipanas Kabupaten Cianjur).” *Muawadah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* (Cianjur) 2, no. 2 (2023). <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4f98f0a42a785/membeli-tas-kw-dapat->.

Nayunda Mega Safitri. “Praktik Jual Beli Produk Emas Kwalitet (KW) Dalam Perspektif Hukum Islam di Solo Grand Mall (SGM) Kota Surabaya.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022.

Notmekall (@notmekall). “Iseng-iseng Liat Shopee, Langsung Aja Kita CO.” Tiktok, 2024. [https://www.tiktok.com/@notmekall/photo/7519373780112772358?\\_r=1&\\_t=ZS-91gG0woDgjC](https://www.tiktok.com/@notmekall/photo/7519373780112772358?_r=1&_t=ZS-91gG0woDgjC).

- Novi Herawati. "Perspektif Hukum Islam mengenai Jual Beli Produk Tiruan di Mega Mall Bengkulu." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2020.
- Omid Tajik, Jawad Golzar, dan Shagofah Noor. "Purposive Sampling." *IJELS: International Journal of Education and Language Studies* 2, no. 2 (20242).  
[https://www.researchgate.net/publication/391849280\\_Purposive\\_Sampling](https://www.researchgate.net/publication/391849280_Purposive_Sampling).
- Pangkalan Chaopai. "Heretic." Shopee Indonesia. Diakses 25 November 2025.  
[https://shopee.co.id/i\\_5tay505d](https://shopee.co.id/i_5tay505d).
- Penta Maydita. "Kenapa Tren Belanja Online di Indonesia Meningkat?" *RRI: Radio Republik Indonesia* (Jakarta), 15 Agustus 2024. <https://rri.co.id/bisnis/903291/kenapa-tren-belanja-online-di-indonesia-meningkat>.
- Rifki Ahda Sumantri. "Hermeneutika Al-Qur'an Fazlur Rahman Metode Tafsir Double Movement." *Komunika: Jurnal Dakwah STAIN Purwokerto* 7, no. 1 (2013). <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/komunika/article/view/364/329>.
- Rita Kumala Sari. "Penelitian Kepustakaan dalam Penelitian Pengembangan Pendidikan Bahasa Indonesia." *Borneo Humaniora* 4, no. 2 (2021).  
[http://jurnal.borneo.ac.id/index.php/borneo\\_humaniora/article/view/2249/1519#](http://jurnal.borneo.ac.id/index.php/borneo_humaniora/article/view/2249/1519#).
- Rizal Safarudin, Zulfamanna, Martin Kustati, dan Nana Sepriyanti. "Penelitian Kualitatif." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023).  
<https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1536/1131>.

Robert V. Kozinets. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications, 2010.

Rohmatul Lailiyah. “‘Fasad Fi Al-Ard’ Perspektif Fazlur Rahman dalam Hermeneutika Double Movement.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020.

Sinarsih. “Dropship Dalam Praktik Jual Beli Online Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Kasus di Kelurahan Baruga Kec. Baruga Kota Kendari).” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kendari, 2016.

Solihah Sari Rahayu, Novianti Syarifah, dan Muhamad Dani Somantri. “Jual Beli Produk Imitasi Fashion Perspektif Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 Dan Hukum Islam 202.” *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam* (Tasikmalaya), t.t.

Sulaiman Saat, dan Sitti Mania. *Pengantar Metodologi Penelitian: Panduan Bagi Peneliti Pemula*. Revisi. Pusaka Almaida, 2020. <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/17954/1/Pengantar%20Metodologi%20Penelitian.pdf>.

Tim Redaksi. “Dominasi Pasar E-Commerce, Shopee Unggul dari Para Pemain Lain.” *CNN Indonesia* (Jakarta), 26 Juli 2023. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain>.

Tim Redaksi. “Hukum Penjualan Produk KW.” Am Badar: Intellectual Property Law Firm, 25 Februari 2021. <https://ambadar.com/id/insights/trademark/hukum-penjualan-produk-kw/>.

Tim Redaksi. “Video: Banjir Barang Palsu di E-Commerce Bikin Resah, Kita Bisa Apa?” *CBNC Indonesia* (Jakarta), 22 November 2024. <https://www.cnbciindonesia.com/news/20241122162657-8-590400/video-banjir-barang-palsu-di-e-commerce-bikin-resah-kita-bisa-apa>.

Toko DR Club. “Anchorage Bear.” Shopee Indonesia. Diakses 25 November 2025. <https://shopee.co.id/58rvxpq39u?entryPoint=ShopByPDP>.

Toko Sneakers Millenial. “Sepatu Sneakers S#MB# OG Hitam Putih Kasual Pria Wanita Kualitas Premium 100% BNIB.” Shopee Indonesia. Diakses 26 November 2025. <https://shopee.co.id/Sepatu-Sneakers-S-MB-OG-Hitam-Putih-Kasual-Pria-Wanita-Kualitas-Premium-100-BNIB-i.1304885360.28755126241>.

Toko Zeeger Adventure. “Tas Ransel 25 Liter Untuk Pria Dan Wanita # Tas Gunung Hiking 25L # Tas Backpack Sekolah Kuliah Masuk Laptop # Tas Punggung Consina.” Shopee Indonesia. Diakses 26 November 2025. [https://shopee.co.id/Tas-Ransel-25-Liter-Untuk-Pria-Dan-Wanita-Tas-Gunung-Hiking-25L-Tas-Backpack-Sekolah-Kuliah-Masuk-Laptop-Tas-Punggung-Consina-i.236729177.43607458196?extraParams=%7B%22display\\_model\\_id%22%3A248599935541%2C%22model\\_selection\\_logic%22%3A3%7D&sp\\_atk=53beaac5-07b7-4855-aadd-b01d1c765e0c&xptdk=53beaac5-07b7-4855-aadd-b01d1c765e0c](https://shopee.co.id/Tas-Ransel-25-Liter-Untuk-Pria-Dan-Wanita-Tas-Gunung-Hiking-25L-Tas-Backpack-Sekolah-Kuliah-Masuk-Laptop-Tas-Punggung-Consina-i.236729177.43607458196?extraParams=%7B%22display_model_id%22%3A248599935541%2C%22model_selection_logic%22%3A3%7D&sp_atk=53beaac5-07b7-4855-aadd-b01d1c765e0c&xptdk=53beaac5-07b7-4855-aadd-b01d1c765e0c).



Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia (2024).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Legislation 8, Lembaran Negara Republik Indonesia (1999).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, Legislation 20, Lembaran Negara Republik Indonesia (2016).

Vicky Izza El Rahma. "Double Movement: Hermeneutika Al-Qur'an Fazlur Rahman (Study kritis para ahli terhadap penafsiran Fazlur Rahman) ." *Jurnal Keislaman* 4, no. 2 (t.t.). Diakses 24 November 2025. <https://www.neliti.com/publications/498616/double-movement-hermeneutika-alquran-fazlur-rahman>.

Wahbah Az-Zuhaili. *Tafsir Al-Munir: Aqidah - Syariah - Manhaj*. Jilid 3. Vol. 3. Gema Insani , 2016. <https://ia803106.us.archive.org/22/items/etaoin/Tafsir%20Munir%203.pdf>.

Welly Thendra (@wellythendra). "Alasan Orang Memilih Barang KW: Gengsi atau Daya Tarik." Tiktok, 2024. [https://www.tiktok.com/@wellythendra/video/7447357844304891142?\\_r=1&\\_t=ZS-91gkD3mUgd8](https://www.tiktok.com/@wellythendra/video/7447357844304891142?_r=1&_t=ZS-91gkD3mUgd8).

Windya Agustina Ramadhan. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Sepatu Tiruan (KW) (Studi Kasus di Pasar Sarimulyo Kebondalem Purwokerto)." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### *hendy-tt-pakaian-2*



**rannsss**  
ada harga ada kualitas bg  
2024-2-20   Reply



**ekyyusada\_**  
@JUSTNOBODYYYY:emang ada istilah  
"ada barang ada harga" tapi sesuai  
deskripsi juga bahan dan lain lain nya  
itu harus jujur ke konsumen  
2024-2-20   Reply    1



**arionnnn**  
kak mgkin budget nya kurang jadi di  
wajari saja, mgkin lebih baiknya di buat  
semacam pembelajar buat wirausaha  
lebih baik bawa brand sendiri  
2024-2-20   Reply    1

### *hendy-tt-pakaian-3*



**Riyan TV**  
gpp kw yang penting bisa di pakai  
harga nya juga murah  
2024-2-28   Reply    3



**JeTT.**  
kl pemikiran gw ya dr pada dpt imbas  
karna buat barang KW, knp ga buat  
brand baru (brand dia sendiri) meskipun  
harus rintis dl  
2024-5-2   Reply    2



**Danish Riady**  
masalahnya jd panjang karena  
demandnya banyak bang, dimana mana  
selagi ada permintaan pasti banyak yg  
menawarkan, kembali lagi masarakat  
pengen gaya duit kagak ada  
2024-2-29   Reply    0

### *amerta-tt-pakaian-5*





**AFC**  
kw 450k worth it ngak?, soalnya lagi  
kepengen cuma ngak ada duit beli yang  
ori 🤔  
8-7   Reply    1




**leo**  
peduli apa njir😂 intinya bagus ,  
tmpilan cocok , kualitas logika aja masih  
oke , yang terpenting nyaman ga  
ngerugiin orang lain ciss😂  
7-6   Reply    0

## drclub-shopee-pakaian-1

 dqrbp4khhb  
★★★★★  
2023-10-29 08:13 | Variasi: M  
Bajunya bagus gaesssss harganya murah tpi nggk murahan keren bgt.

 a\*\*\*\*r  
★★★★★  
2024-02-09 17:47 | Variasi: XXL  
Tampilan: BARANG PALSU/FAKE SABLON JELEK, BAHAN TIPIS 24S PALSU  
Warna: JELEK ANJIR HITAM BUSUK INI  
BARANG PALSU KW'IN PRODUK LOKAL

 txsac05c6o  
★★★★★  
2023-10-27 15:34 | Variasi: S  
Ok lah. Bahan gk tipis bgt. Tks




## mekal-tt-sepatu-1


 R ayjc  
kalo harian mending kw aja sih kalo ORI  
syg bgt 🤔  
7-17 Reply  3


 ellk4ll ⚡ · Creator  
nah betul, hanya kaum gengsi  
yang di pake harian ori pun  
7-17 Reply  3

 Zeenvert 'Sopan ©  
ga perduli ori atau kw, nih sepatu gw  
pake buat kerja jadi satpam 🤝 🙌

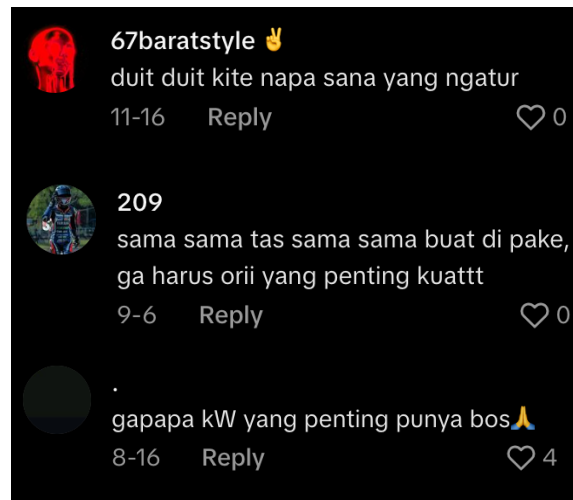
## millenial-shopee-sepatu-1

 renaldy.renaldyyy  
★★★★★  
2024-07-20 12:06  
SEPATUNYA KERENNNN 1:1 SAMA ORIGINAL  


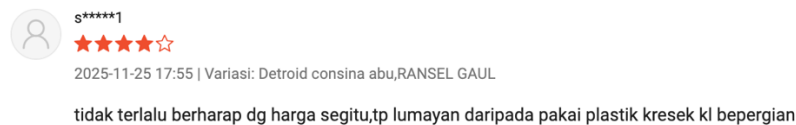
 nafa.indah21  
★★★★★  
2024-07-20 13:19  
Terimakasih 🙏 barang sesuai pesanan,  
material sesuai deskripsi bagus premium mirip original 🙌 kualitas lem belum teruji semoga kuat sesuai harapan  


 mustofakamil593  
★★★★★  
2025-10-14 21:33 | Variasi: SAMBA WHITE BLUE,42  
Kenyamanan: gak nyaman sama sekali tidak sesuai deskripsi  
Produk: Barang palsu, Tidak sesuai deskripsi, Kualitas buruk  
Barang kw tapi tidak seperti kw yg lain nya  
1 lem nya gak rata  
2 jahitannya asal asalan

### *earth-tt-tas-1*



### *zeeger-shopee-tas-1*



### *welly-tt-tambahan-1*



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### A. Identitas Diri

Nama : Fajar Zikrillah Nurzaman

Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 22 Januari 2002

Alamat Rumah : Jl. Prof. Moh, Yamin IV-A /15, Kelurahan  
Sukoharjo, Kecamatan Klojen, Kota Malang,  
Jawa Timur

Nama Ayah : Sumarwoto

Nama Ibu : Siti Nurhayatina

Email : fajarzikrillahnurzaman12@gmail.com

## **B. Riwayat Pendidikan**

### **1. Pendidikan Formal**

- MIN Sutam Bandung
- MI Al-Munawarah Bandar Lampung
- Islamic Boarding School Yamama Bandar Lampung
- SMPN 14 Bandar Lampung
- SMKN 4 Malang
- UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

### **2. Pendidikan Non-Formal**

- Pondok Pesantren Al-Islam Kota Malang
- Rumah Tahfidz Kusward