

BAB IV

**ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP PEMASARAN DISTRIBUTOR PULSA
DI SN CENTER SIDOARJO**

A. Analisis Praktek Pemasaran Pulsa di SN Center Sidoarjo

Sebagaimana penjelasan yang telah tertulis pada bab II hukum pemasaran dalam Islam dikatakan sah oleh syara' apabila telah memenuhi akad dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islami. Pada zaman sekarang perkembangan dunia bisnis begitu pesat dan berbagai macam jenisnya, namun dengan perkembangan dan persaingan yang ketat itu masyarakat tidak sadar atau bahkan kurang memperhatikan kaidah-kaidah agama, mereka beranggapan apa yang mereka anggap menguntungkan mereka jalankan sepanjang tidak menyalahi aturan atau undang-undang yang diberlakukan oleh negara. Seperti halnya transaksi pemasaran yang dijelaskan dalam bab III perlu dianalisis lebih lanjut bagaimana analisis hukum Islam terhadap pemasaran di SN Center Sidoarjo.

Bisnis yang benar-benar sukses menurut pandangan al-Qur'an adalah bisnis yang membawa keuntungan pada pelakunya dalam dua fase kehidupan manusia yang fana dan terbatas (yakni dunia) dan yang abadi serta tak terbatas yaitu akhirat. Tak mungkin bisa dibayangkan, ada sebuah aktivitas bisnis namun tidak ada harta benda. Harta kekayaan, baik itu berupa uang tunai maupun bukan

adalah integral dari transaksi bisnis. Kevitalan harta kekayaan dalam bisnis adalah sesuatu yang menjadi fakta dalam dirinya sendiri. Perilaku Rasulullah SAW yang jujur transparan dan pemurah dalam melakukan praktik bisnis merupakan kunci keberhasilannya mengelola bisnis Khodijah ra, merupakan contoh kongkrit tentang moral dan etika dalam bisnis. Dalam semua hubungan, kepercayaan adalah unsur dasar. Kepercayaan diciptakan dari kejujuran.

Kejujuran adalah satu kualitas yang paling sulit dari karakter untuk dicapai didalam bisnis, keluarga, atau dimanapun gelanggang tempat orang-orang berminat untuk melakukan persaingan dengan pihak-pihak lain. Oleh karena itulah kita dianjurkan untuk bisa berbisnis seperti cara nabi, berbisnis dengan cara yang jujur yang bebas dari unsur *garar* atau penipuan.

Pentingnya usaha terhindar dari unsur *garar* atau ketidakjelasan juga terdapat pada hadis nabi:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ وَبَيْعِ الْحَصَاةِ. رواه ترمذي

Artinya: Rasulullah SAW telah melarang jual beli secara *garar* dan jual beli dengan cara melempar dengan batu. (H.R. Tirmidzi)¹.

Berbagai bentuk penawaran (promosi) yang dilarang tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a) Penawaran dan pengakuan (testimoni) fiktif, bentuk penawaran yang dilakukan oleh penjual seolah barang dagangannya ditawarkan banyak pembeli,

¹ Abi Isa Muhammad ibn Isa ibn Saurah, *Sunan Al-Tirmidzi*, Juz 3, (Beirut: Dar al-Fikr, 1994), hal. 14

atau seoran artis yang memberikan testimoni keunggulan suatu produk padahal ia sendiri tidak mengkonsumsinya.

- b) Iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan, berbagai iklan yang sering kita saksikan di media televisi, atau dipajang di media cetak, media *indoor* maupun *outdoor*, atau kita dengarkan lewat radio seringkali memberikan keterangan palsu.

SN Center yang merupakan salah satu distributor yang ada di sidoarjo berupaya untuk bisa mencari agen pulsa sebanyak-banyaknya, dengan menggunakan media pemasaran melalui SMS dan internet yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk dapat bergabung pada distributor ini dan menjadi bagian dari bisnis ini.

Ada 9 etika yang pemasar, yang akan menjadi prinsip-prinsip *syari'ah marketer* dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, yaitu:

1. Memiliki kepribadian spritual.
2. Berprilaku baik dan simpatik.
3. Berlaku adil dalam bisnis.
4. Bersikap melayani dan rendah hati.
5. Menepati janji dan tidak curang.
6. Jujur dan terpecaya.
7. Tidak suka berburuk sangka.
8. Tidak suka menjelek-jelekkkan.

9. Tidak melakukan sogok.²

Dari 9 etika ini ada etika yang belum dimiliki oleh SN Center, distributor ini tidak menjalankan seperti yang ada dalam promosinya. Seperti, distributor ini mengatakan bahwa stok tidak akan pernah kosong, namun, dari hasil wawancara penulis pada salah satu agen SN Center yaitu warkop *cell*, pada hari libur seperti Sabtu dan Minggu distributor ini sering kali menutup transaksi pada salah satu produknya. Ini disebabkan deposit distributor untuk produk tersebut *limit* dan *Autolized Dealer* pada hari libur tutup.³

Masalah lainnya yaitu, dalam hal kecepatan transaksi, pada siang hari distributor ini sering kali lama dalam pengiriman pulsa kepada agennya, hal ini menyebabkan agen kehilangan kepercayaan dari pelanggannya dan ini juga bisa berisiko agen kehilangan pelanggan. Masalah harga yang selalu bersaing, harga di distributor ini jauh lebih murah dibanding distributor lainnya. Sikap distributor yang seperti ini tidak sesuai dengan etika yang harus dimiliki oleh *syariah marketer* yang selalu bersikap jujur dan menepati janjinya. Penipuan distributor yang ramai saat ini, distributor ini tidak melakukan penipuan seperti distributor lain yang melarikan uang deposit agen ataupun memberikan alamat perusahaan palsu kepada para agennya.

² Hermawan kartajaya, M. Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, (Jakarta: Mizan,2006) hal. 67

³ Johan pemilik warkop *cell*, *wawancara*, Sidoarjo, 20 Januari 2012

B. Analisis Hukum Islam terhadap Pemasaran Pulsa di SN Center Sidoarjo

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam Islam.

Dalam al-Quran Allah berfirman:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...⁴

Artinya: ... Dan Allah telah menghalalkan pemasaran dan mengharamkan riba.... (QS. al-Baqarah: 275)⁴

Ayat ini menjelaskan tentang kehalalan jual beli dan keharaman riba. Berdasarkan ketentuan ini, transaksi jual beli mendapat pengakuan dan legalitas dari syara', dan sah untuk dioperasionalkan.⁵

Dalam ajaran Islam transaksi pemasaran merupakan sesuatu yang diperbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Dengan kata lain seluruh transaksi yang tidak disebutkan pelarangannya oleh dalil, maka hal tersebut diperbolehkan, termasuk dalam hal ini adalah masalah pemasaran pulsa. Sebab disamping diperbolehkan, pulsa juga banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Oleh sebab itu sudah jelas bahwa pemasaran pulsa diperbolehkan.

Obyek pemasaran adalah benda yang menjadi sebab terjadinya perjanjian pemasaran. Benda yang dijadikan sebagai obyek pemasaran haruslah memenuhi rukun dan syarat yang telah disebutkan di atas.

Syarat benda-benda atau barang yang diperjualbelikan. Syarat-syarat benda yang menjadi obyek akad ialah sebagai berikut:

⁴ Depag RI, *Al-Qur'an Terjemah Indonesia*, (Jakarta: Jamunu, 1965), hal. 69

⁵ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal. 71

- a. Suci dalam hal ini usaha yang di jalankan adalah usaha di bidang jasa dan obyek yang di perjual belikan adalah jasa sehingga tidak bisa dikatakan suci atau najis.
- b. Memberi manfaat menurut syara', pulsa merupakan sarana pendukung komunikasi jadi jelas bahwa pulsa memberikan manfaat bagi penggunanya.
- c. Jangan di*taklikkan*.
- d. Tidak dibatasi waktunya.
- e. Dapat diserahkan dengan cepat maupun lambat, untuk mengetahui bahwa pulsa atau obyek yang dibeli telah di serahkan atau belum maka dapat di ketahui melalui pengecekan pulsa bertambah atau tidaknya pulsa dalam *handphone* pembeli.
- f. Milik sendiri,
- g. Diketahui banyaknya, beratnya, takarannya, atau ukuran-ukuran yang lainnya.⁶

Keuntungan adalah hal pokok bagi kelangsungan bisnis merupakan alasan utama bagi setiap perusahaan untuk berperilaku tidak etis. Dari sudut pandang etika, keuntungan bukanlah hal yang buruk, bahkan secara moral keuntungan merupakan hal yang baik dan diterima. Karena pertama, secara moral keuntungan memungkinkan perusahaan bertahan (*survive*) dalam kegiatan bisnisnya. Kedua, tanpa memperoleh keuntungan tidak ada pemilik modal yang

⁶ <http://www.uika-bogor.ac.id/doc/public/etika%20bisnis%20Islam.pdf>, etika

bersedia menanamkan modalnya, dan karena itu berarti tidak akan terjadi aktivitas ekonomi yang produktif dalam memacu pertumbuhan ekonomi. Ketiga, keuntungan tidak hanya memungkinkan perusahaan *survive* melainkan dapat menghidupi karyawannya ke arah tingkat hidup yang lebih baik.

Dari paparan di atas sudah jelas bahwa salah satu syarat pemasaran yang harus dipenuhi adalah Dapat diserahkan dengan cepat maupun lambat dan milik sendiri, untuk mengetahui bahwa pulsa atau obyek yang dibeli telah di serahkan atau belum maka dapat di ketahui melalui pengecekan pulsa bertambah atau tidaknya pulsa dalam *handphone* pembeli dan milik sendiri dalam penjualan pulsa yang di bahas dalam skripsi ini pemilik mewakili kepada karyawannya untuk memasarkan pulsa jadi tidak ada masalah.

Jadi, praktek pemasaran di distributor pulsa ini sudah memenuhi syarat. Tidak ada unsur *garar* di dalam perusahaan ini, karena semua telah di jalankan sesuai hukum karena di dalam bisnis ini jelas dimana tempat perusahaan ini berada dan apa yang diperdagangkan. Hanya saja dalam penetapan harganya sering berubah-berubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada agen hendaknya hal ini tidak terjadi lagi dikemudian hari. Dan juga promosi yang dilakukan hendaknya lebih jujur tidak melebih-lebihkan sehingga para agen tidak merasa di bohongin ataupun di rugikan.