BAB II

TEORI *MAṢLAḤAH MURSALAH* DAN *MARKETING* ISLAM

A. Teori *Maṣlaḥah*

1. Pengertian *Maṣlaḥah*

Dalam menetapkan hukum Islam, metode penemuan hukum dapat dilihat dari dua segi: pendekatan kebahasaan dan pendekatan tujuan hukum. Di kalangan ulama ushul fiqh, tujuan hukum itu biasa disebut dengan *maqāṣid ash-shāri'ah*, yaitu tujuan *ash-shāri'* dalam menetapkan hukum. Tujuan hukum tersebut dapat dipahami melalui penelusuran terhadap ayat-ayat al-Qur'an dan sunnah Rasulullah. Penelusuran yang dilakukan ulama ushul fiqh tersebut menghasilkan kesimpulan, bahwa tujuan *ash-shāri'* menetapkan hukum adalah untuk kemaslahatan manusia (*al- maṣlaḥah*), baik di dunia maupun di akhirat. [19]

Secara etimologi, *maṣlaḥah* sama dengan manfaat, baik dari segi lafal maupun makna. *Maṣlaḥah* berasal dari kata *ṣalaḥa* dengan penambahan alif diawalnya yang secara arti kata berarti baik lawan dari kata buruk atau rusak. *Maṣlaḥah* adalah *maṣdar* dengan arti kata *ṣalah* yaitu manfaat atau terlepas dari padanya kerusakan. Pengertian *maṣlaḥah* dalam bahasa Arab adalah perbuatan-perbuatan yang mendorong kepada kebaikan manusia.

[19] Abd. Rahman Dahlan, *Ushul Fiqh*, Ed. 1, cet. 2, (Jakarta: Amzah, 2011), 303-304.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam artinya yang umum adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik atau menghasilkan seperti menghasilkan keuntungan (kesenangan), atau dalam arti menolak atau menghindarkan seperti menolak kerusakan.[20]

Dilihat dari segi batasan pengertiannya, terdapat dua pengertian; yaitu menurut *'urf* dan *shara'*. Menurut *'urf* yang dimaksud dengan *al-maṣlaḥah* ialah:

السَّبَبُ الْمُؤَدِّى إِلَى الصَّلَاحِ وَالنَّفْعِ

> Sebab yang melahirkan kebaikan dan manfaat. Misalnya, perdagangan merupakan sebab yang akan melahirkan keuntungan.

Keterkaitan makna ini dengan penelitian ini adalah bahwa dalam setiap perdagangan yang akan melahirkan keuntungan, selalu terdapat kegiatan pemasaran (*marketing*). Dalam berdagang tentu saja kegiatan *marketing* dilakukan demi terjualnya produk dan memperoleh keuntungan dari penjualan tersebut.

Selanjutnya, pengertian *al-maṣlaḥah* secara *shar'i* ialah:

السَّبَبُ الْمُؤَدِّى إِلَى مَقْصُودِ الشَّارِعِ عِبَادَةً أَوْ عَادَةً

> Sebab (-sebab) yang membawa dan melahirkan maksud (tujuan) *ash-shāri'*, baik maksud yang berkaitan dengan ibadah maupun muamalah (*al-'ādāt*).[21]

---

[20] Totok Jumantoro dan Samsul Munir Amin, *Kamus Ilmu Ushul Fikih,* (Jakarta: Amzah, 2005), 200.
[21] Ibid., 305.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun pengertian *maṣlaḥah* secara terminologi, ada beberapa pendapat dari para ulama', antara lain:

a. Imam Ghazali menjelaskan bahwa *al-maṣlaḥah* dalam pengertian *shar'i* ialah meraih manfaat dan menolak ke-*mudharat*-an dalam rangka memelihara tujuan *shara'* yaitu: memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dengan kata lain, upaya meraih manfaat atau menolak ke-*muḍarat*-an yang semata-mata demi kepentingan duniawi manusia, tanpa mempertimbangkan kesesuaiannya dengan tujuan *shara'*, apalagi bertentangan dengannya, tidak dapat disebut dengan *al-maṣlaḥah*, tetapi sebaliknya, merupakan *mafsadah*.
b. Al-Khawarizmi, mendefinisikan *maṣlaḥah* ialah memelihara tujuan *shara'* dengan cara menghindarkan ke-*mafsadah*-an dari manusia.
c. Sa'id Ramadhan al-Buthi, mendefinisikan *maṣlaḥah* sebagai manfaat yang dimaksudkan oleh Allah yang Maha Bijaksana untuk kepentingan hamba-hamba-Nya baik berupa pemeliharaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, maupun harta mereka, sesuai dengan urutan tertentu yang terdapat didalam kategori pemeliharaan tersebut.[22]

Dari beberapa pengertian diatas dapat diketahui bahwa *maṣlaḥah* merupakan tujuan dari adanya syari'at Islam, yakni untuk memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara akal, memelihara kehormatan, serta memelihara harta.

[22] Abd. Rahman Dahlan, *Ushul Fiqh,* 306-307.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Landasan Syariah *Maṣlaḥah*

Landasan syariah berupa al-Qur'an, hadis, serta kaidah fiqh yang berkaitan dengan *maṣlaḥah* akan diuraikan secara terperinci sebagai berikut:

Sebagaimana disebutkan dalam firman Allah surat al-Anbiya (21) ayat 107

وَمَآ أَرۡسَلۡنَٰكَ إِلَّا رَحۡمَةٗ لِّلۡعَٰلَمِينَ

Dan Tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.[23]

Redaksi ayat diatas sangat singkat, tetapi ia mengandung makna yang sangat luas. Hanya dengan lima kata yang terdiri dari dua puluh lima huruf termasuk huruf penghubung yang terletak pada awalnya-ayat ini menyebut empat hal pokok. 1) Rasul atau utusan Allah dalam hal ini Nabi Muhammad saw., 2) yang mengutus beliau dalam hal ini Allah, 3) yang diutus kepada mereka (*al-'ālamin*) serta 4) risalah, yang kesemuanya mengisyaratkan sifat-sifatnya, yakni rahmat yang sifatnya sangat besar sebagaimana dipahami dari bentuk nakirah/indifinitif dari kata tersebut. Ditambah lagi dengan menggambarkan ketercakupan sasaran dalam semua waktu dan tempat.[24] Makna *maṣlaḥah* yang tersirat dalam ayat ini adalah, bahwa nabi Muhammad yang diutus Allah untuk menjadi rahmat

[23] Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* (Semarang: PT. Tanjung Mas Inti, 1992), 508.
[24] M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbāh Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an,* vol. 8 cetakan I, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 519.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagi semesta alam salah satunya adalah dengan menebarkan kemaslahatan bagi manusia dimuka bumi.

Juga disebutkan dalam firman Allah surat al-Baqarah (2) ayat 185:

يُرِيدُ ٱللَّهُ بِكُمُ ٱلْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ ٱلْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا۟ ٱلْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا۟ ٱللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَىٰكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

> Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.[25]

Makna yang terdapat pada kalimat Allah menghendaki kemudahan dan tidak menghendaki kesukaran bagimu yaitu sebuah kemaslahatan yang mendatangkan kemudahan juga manfaat, dan menghindarkan kesukaran.

3. Macam-macam *Maṣlaḥah*

Para ahli ushul fikih membagi *maṣlaḥah* menjadi beberapa macam, dilihat dari beberapa segi sebagai berikut:

1. Dilihat dari segi kualitas dan kepentingan kemaslahatan, dibagi menjadi tiga yaitu:
   a. *Maṣlaḥah Adh Ḍarūriyah*, adalah kemaslahatan yang berhubungan dengan kebutuhan pokok umat manusia di dunia dan di akhirat. Artinya kehidupan manusia tidak punya arti apa-apa bila satu saja dari prinsip yang lima itu tidak ada. Kemaslahatan ini ada lima, yaitu: (1) memelihara agama, (2) memelihara jiwa, (3) memelihara

[25] Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akal, (4) memelihara keturunan, dan (5) memelihara harta. Memeluk agama merupakan fitrah dan naluri insani yang tidak bisa diingkari dan sangat dibutuhkan umat manusia. Untuk kebutuhan tersebut, Allah SWT mensyariatkan agama yang wajib dipelihara setiap orang, baik yang berkaitan dengan akidah, ibadah, dan muamalah. [26]

b. *Maṣlaḥah Al-Ḥajjiyah* adalah kemaslahatan yang dibutuhkan dalam penyempurnaan kemaslahatan pokok (mendasar) sebelum yang berbentuk keringanan untuk mempertahankan dan memelihara kebutuhan mendasar manusia.[27] *Maṣlaḥah al-ḥajjiyah* sering disebut kemaslahatan sekunder. Dengan kata lain, jika tingkat kemaslahatan sekunder ini tidak tercapai, manusia akan mengalami kesulitan memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta mereka. Contohnya terdapat ketentuan tentang *rukhsah* shalat dan puasa bagi orang yang sedang sakit atau sedang berpergian (*musafir*). Aturan *rukhsah* tersebut tidaklah menjadi kebutuhan primer, tetapi hanya bersifat sekunder saja. Artinya, jika aturan tersebut tidak disyariatkan, tatanan kehidupan manusia tidak sampai rusak, tetapi mereka akan mengalami kesulitan untuk mewujudkannya.[28]

c. *Maṣlaḥah Al-Taḥsiniyah* adalah kemaslahatan yang sifatnya pelengkap berupa keleluasaan yang dapat melengkapi kemaslahatan

[26] Totok Jumantoro dan Samsul Munir Amin, *Kamus Ilmu Ushul Fikih,* (Jakarta: Amzah, 2005), 202.
[27] Ibid.
[28] Abd. Rahman Dahlan, *Ushul Fiqh,* 310.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebelumnya. Atau *maṣlaḥah* yang kebutuhan hidup manusia kepadanya tidak sampai tingkat *ḍaruri*, juga tidak sampai tingkat *ḥajjiyah,* namun kebutuhan tersebut perlu dipenuhi dalam rangka memberi kesempurnaan dan keindahan bagi hidup manusia.[29] Apabila kemaslahatan ini tidak tercapai, manusia tidak sampai mengalami kesulitan memelihara kelima unsur pokoknya, tetapi mereka dipandang menyalahi nilai-nilai kepatutan, dan tidak mencapai taraf hidup bermartabat. Contohnya dalam hal ibadah ialah adanya syariat menghilangkan najis, bersuci, menutup aurat, mendekatkan diri kepada Allah dengan bersedekah dan melaksanakan perbuatan yang sunah lainnya.[30]

2. Dilihat dari segi kandungan *maṣlaḥah,* dibagi kepada:
   a. *Maṣlaḥah Al-'Ammah* adalah kemaslahatan yang menyangkut kepentingan orang banyak. Kemaslahatan ini tidak berarti untuk kepentingan semua orang, tetapi bisa berbentuk kepentingan mayoritas umat atau kebanyakan umat. Contohnya, para ulama membolehkan membunuh penyebar *bid'ah* yang dapat merusak akidah umat, karena menyangkut kepentingan orang banyak.[31]
   b. *Maṣlaḥah Al-Khaṣaṣ* adalah kemaslahatan pribadi dan ini sangat jarang sekali, seperti kemaslahatan yang berkaitan dengan

[29] Totok Jumantoro dan Samsul Munir Amin, *Kamus Ilmu Ushul Fikih,* 207.
[30] Abd. Rahman Dahlan, *Ushul Fiqh,* 311.
[31] Totok Jumantoro dan Samsul Munir Amin, *Kamus Ilmu Ushul Fikih,* 201.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemutusan hubungan perkawinan seseorang yang dinyatakan hilang (*mauquf*).[32]

3. Dilihat dari segi berubah atau tidaknya *maṣlaḥah,* menurut Mushtafa Asy-Syalabi, dibagi menjadi:
   a. *Maṣlaḥah Ath-Thabitah* adalah kemaslahatan yang bersifat tetap, tidak berubah sampai akhir zaman. Misalnya berbagai kewajiban ibadah, seperti shalat, puasa, zakat, dan haji.[33]
   b. *Maṣlaḥah Al-Mutaghayyirah* adalah kemaslahatan yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan tempat, waktu, dan subjek hukum. Kemaslahatan seperti ini berkaitan dengan permasalahan muamalah dan adat kebiasaan.[34]
4. Dilihat dari segi keberadaan *maṣlaḥah* menurut *syara'* dibagi:
   a. *Maṣlaḥah Al-Mu'tabarah* yaitu *maṣlaḥah* yang secara tegas diakui syariat dan telah ditetapkan ketentuan-ketentuan hukum untuk merealisasikannya. Misalnya diwajibkan hukuman *qiṣaṣ* untuk menjaga kelestarian jiwa.
   b. *Maṣlaḥah Al-Mulghah* yaitu sesuatu yang dianggap *maṣlaḥah* oleh akal pikiran, tetapi dianggap palsu karena kenyataannya bertentangan dengan ketentuan syariat. Misalnya menyamakan pembagian harta waris antara anak laki-laki dan perempuan.

[32] Ibid., 202.
[33] Ibid., 207.
[34] Ibid., 206.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. *Maṣlaḥah Al-Mursalah* adalah sesuatu yang dianggap maslahat namun tidak ada ketegasan hukum untuk merealisasikannya dan tidak ada pula dalil tertentu baik yang mendukung maupun yang menolaknya.[35]

B. Teori *Maṣlaḥah Mursalah*

1. Pengertian *Maṣlaḥah Mursalah*

Menurut Al-Syathibi *maṣlaḥah mursalah* adalah metode penetapan hukum berdasarkan kemaslahatan universal sebagai tujuan syara', tanpa berdasar secara langsung pada teks atau makna nas tertentu.[36]

Maṣlaḥah mursalah yaitu memperoleh suatu hukum yang sesuai menurut akal dipandang dari kebaikannya sedangkan tidak diperoleh alasannya, seperti seseorang menghukum terhadap sesuatu yang belum ada ketentuannya oleh agama. Apakah perbuatan itu haram atau boleh. Maka hendaklah dipandang ke-*muḍarat*-annya dan kemanfaatannya. Bila ke-*muḍarat*-annya lebih banyak dari kemanfaatannya berarti perbuatan itu terlarang, sebaliknya bila kemanfaatannya lebih banyak dari ke-*muḍarat*-annya berarti perbuatan itu dibolehkan oleh agama, karena agama membawa kepada kebaikan. Oleh sebab itu dikatakan oleh Ibnu Taimiyah:

---

[35] Satria Effendi, *Ushul Fiqh*, 149.
[36] Hamka Haq, *Al-Syathibi Aspek Teologis Konsep Maṣlaḥah dalam Kitab Al-Muwāfāqāt,* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2007), 250.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hukum sesuatu adakah dia haram atau mubah, maka dilihat dari segi kebiasaan dan kebaikannya.[37]

Menurut Abu Nur Zuhair, *al-maṣlaḥah al-mursalah* adalah suatu sifat yang sesuai dengan hukum, tetapi belum tentu diakui atau tidaknya oleh syara'.[38]

Kemudian Abu Zahrah mendefinisikannya dengan suatu *maṣlaḥah* yang sesuai dengan maksud-maksud pembuat hukum (Allah) secara umum, tetapi tidak ada dasar yang secara khusus menjadi bukti diakui atau tidaknya.[39]

Menurut Rachmat Syafe'i, setiap hukum yang didirikan atas dasar maslahat dapat ditinjau dari tiga segi yaitu:

a. Melihat *maṣlaḥah* yang terdapat pada kasus yang dipersoalkan, akan tetapi kemaslahatan tersebut tidak didasarkan pada dalil yang menunjukkan pentingnya kasus yang dipersoalkan itu. Kemaslahatan ditinjau dari sisi ini disebut *al-maṣlaḥah al-mursalah* (maslahah yang terlepas dari dalil khusus), tetapi sejalan dengan petunjuk-petunjuk umum syari'at Islam.
b. Melihat sifat yang sesuai dengan tujuan syara' yang mengharuskan adanya suatu ketentuan hukum agar tercipta suatu kemaslahatan. Akan tetapi sifat kesesuaian ini tidak ditunjukkan oleh dalil khusus. Oleh

[37] Nazar Bakry, *Fiqh dan Ushul Fiqh,* Ed.1 cet.3, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), 60.
[38] Rachmat Syafe'i, *Ilmu Ushul Fiqih*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 1998), 119.
[39] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena itu, dari sisi ini ia disebut *al-munasib al-mursal* (kesesuaian dengan tujuan syara' yang terlepas dari dalil syara' yang khusus).

c. Melihat proses penetapan hukum terhadap suatu masalah yang ditunjukkan oleh dalil khusus. Dalam hal ini adalah penetapan suatu kasus bahwa hal itu diakui sah oleh salah satu bagian tujuan syara'. Proses seperti ini disebut *istiṣlah* (menggali dan menetapkan suatu *maṣlaḥah*).

Abdul Wahab Khallaf mendefinisikan sebagai kemaslahatan yang tidak disyariatkan oleh syara' untuk ditetapkan. Dan tidak ditunjuk oleh dalil syara' untuk meng-*i'tibar*-kannya atau membatalkannya. Kemaslahatan yang disyariatkan oleh syari' itu untuk menetapkan hukum. Dan menunjukkan *i'tibar*nya, dan menerangkan sebab-sebab bagi apa yang disyariatkannya itu. Apa sebabnya dan untuk apa disyari'atkan. Dalam istilah *uṣul* dinamakan *al-mursalih mu'tabirah* dan *shari'*.[40]

Al-maṣlaḥah sebagai dalil hukum mengandung arti bahwa *al-maṣlaḥah* menjadi landasan dan tolak ukur dalam penetapan hukum. Dengan kata lain, hukum masalah tertentu ditetapkan sedemikian rupa karena kemaslahatan menghendaki agar hukum tersebut ditetapkan pada masalah tersebut.[41]

---

[40] Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Usul Fikih,* Halimuddin, cet.kedua (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993), 98.
[41] Abd. Rahman Dahlan, *Ushul Fiqh*, 206.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Para penganut teori *maṣlaḥah mursalah*, khususnya madzhab Maliki mengemukakan tiga alasan perlunya teori *maṣlaḥah mursalah*, yaitu:[42]

1. Para sahabat Rasulullah SAW telah menerapkan *maṣlaḥah mursalah*. Contohnya adalah pengumpulan al-Qur'an dan penulisannya dalam satu *mushaf* yang tidak pernah dilakukan dimasa Rasulullah SAW.
2. *Maṣlaḥah mursalah* jika diterapkan sesuai dengan maksud syariat, maka siapa yang menolaknya berarti menolak metode yang dibenarkan oleh syariat dan hal ini adalah kebatilan. Dengan kata lain, metode *maṣlaḥah mursalah* wajib diterima karena pada prinsipnya merupakan metode (sumber) hukum yang dibenarkan oleh syariat dan tidak menyimpang dari kaidah *uṣūl*.
3. Jika *maṣlaḥah mursalah* yang pada prinsipnya merupakan *maṣālih al-syari'ah* itu tidak dapat diterima sama sekali, niscaya para mukalaf akan banyak mengalami kesulitan.

Munculnya teori *maṣlaḥah mursalah* berkait dengan paham teologi yang mengakui kemampuan akal mengetahui nilai kebaikan dan kejahatan. Maksudnya, akal universal umat manusia dapat menetapkan suatu kebajikan yang harus dilakukan atau suatu kejahatan yang harus ditinggalkan. Pengetahuan akal yang demikian sejalan dengan tujuan umum syariat, yang tak lain adalah kemaslahatan manusia itu sendiri.[43]

---

[42] Hamka Haq, *Al-Syathibi Aspek Teologis Konsep Maṣlaḥah dalam Kitab Al-Muwāfāqāt,* 252-253.
[43] Ibid., 254.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Objek *Maṣlaḥah Mursalah*

Objek *maṣlaḥah mursalah* selain yang berlandaskan pada hukum syara' secara umum, juga harus diperhatikan adat dan hubungan antara satu manusia dengan manusia yang lain (dalam hal ini adalah bidang *muamalah*). Objek tersebut merupakan pilihan utama untuk mencapai kemaslahatan. Dengan demikian, segi ibadah tidak termasuk dalam lapangan tersebut. Secara singkat, dapat dikatakan bahwa *al-maṣlaḥah al-mursalah* itu difokuskan terhadap lapangan yang tidak terdapat nash; baik dalam al-Qur'an maupun sunnah Rasul yang menjelaskan hukum-hukum yang ada penguatnya melalui suatu *i'tibar*. Juga difokuskan pada hal-hal yang tidak didapatkan adanya *ijma'* atau *qiyas* yang berhubungan dengan kejadian tersebut.[44]

Maka dapat dipahami bahwa objek kajian *maṣlaḥah mursalah* adalah pada bidang *muamalah* dan adat istiadat yang mengatur hubungan manusia dengan manusia lainnya yang tidak terdapat ketetapan dalilnya dalam *nash*. Sedangkan pada bidang ibadah yang mengatur hubungan manusia dengan Allah, kajian *maṣlaḥah mursalah* tidak dapat diberlakukan.

3. Kehujjahan (Argumen) *Maṣlaḥah Mursalah*

Menurut jumhur ulama, *maṣlaḥah mursalah* itu merupakan hujjah syariah. Masalah-masalah yang tidak diatur oleh hukum, baik yang berdasarkan *nash, ijma', qiyas*, atau *istihsan*, maka para ulama

[44] Rachmat Syafe'i, *Ilmu Ushul Fiqih,* 121.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mensyariatkan hukum dengan menggunakan *maṣlaḥah* mutlak (*maṣlaḥah mursalah*).[45]

Kalangan ulama Malikiyah dan ulama Hanafiyah berpendapat bahwa *maṣlaḥah mursalah* merupakan hujjah syar'iyyah dan dalil hukum Islam. Ada beberapa argumen yang dikemukakan oleh mereka, diantaranya:[46]

a. Adanya perintah al-Qur'an sebagaimana disebutkan dalam firman Allah surat al-Nisa' ayat 59:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَطِيعُواْ ٱللَّهَ وَأَطِيعُواْ ٱلرَّسُولَ وَأُوْلِى ٱلْأَمْرِ مِنكُمْ ۖ فَإِن تَنَـٰزَعْتُمْ فِى شَىْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى ٱللَّهِ وَٱلرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِٱللَّهِ وَٱلْيَوْمِ ٱلْـَٔاخِرِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan Pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.[47]

Dalam ayat ini, diperintahkan agar mengembalikan persoalan yang diperselisihkan kepada al-Qur'an dan sunnah Rasul, bahwa perselisihan itu terjadi karena ia merupakan masalah baru yang tidak ditemukan dalilnya di dalam al-Qur'an dan sunnah Rasul. Untuk memecahkan masalah semacam itu, selain dapat ditempuh lewat metode

[45] Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Usul Fikih,* 99.
[46] Asmawi, *Perbandingan Uṣūl Fiqh*, (Jakarta: Amzah, 2011), 130.
[47] Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 128.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

qiyas, tentu juga dapat ditempuh dengan metode *istiṣlah*. Sebab tidak semua kasus semacam itu dapat diselesaikan dengan metode *qiyas*. Dengan demikian ayat tersebut secara tidak langsung juga memerintahkan *mujtahid* untuk mengembalikan persoalan baru yang dihadapi kepada al-Qur'an dan sunnah Rasul dengan mengacu kepada prinsip *maṣlaḥah* yang selalu ditegakkan oleh al-Qur'an dan sunnah Rasul. Cara ini dapat ditempuh melalui metode *istiṣlah*, yakni menjadikan *maṣlaḥah mursalah* sebagai dasar pertimbangan penetapan hukum Islam.

b. Hadis Mu'adz bin Jabal. Dalam hadis itu, Rasulullah membenarkan dan memberi restu kepada Mu'adz untuk melakukan *ijtihad* apabila masalah yang perlu diputuskan hukumnya tidak terdapat dalam al-Qur'an dan sunnah dengan metode *istiṣlah* bahwa dalam ber-*ijtihad* banyak metode yang bisa dipergunakan.

c. Tujuan pokok penetapan hukum Islam adalah untuk mewujudkan kemaslahatan bagi umat manusia. Kemaslahatan manusia akan selalu berubah dan bertambah sesuai dengan kemajuan zaman. Dalam kondisi semacam ini, akan banyak timbul masalah baru yang hukumnya belum ditegaskan oleh al-Qur'an dan sunnah Rasul.

d. Di zaman sahabat banyak muncul masalah baru yang belum pernah terjadi pada zaman Rasulullah. Untuk mengatasi hal ini, sahabat banyak melakukan *ijtihad* berdasarkan *maṣlaḥah mursalah*. Cara dan tindakan semacam ini sudah menjadi konsensus para sahabat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalil yang dipakai oleh para ulama dalam masalah ini adalah sebagai berikut:[48]

1. Kemaslahatan umat manusia itu sifatnya selalu aktual yang tidak ada habisnya. Karenanya jika tidak ada syari'at hukum yang berdasarkan *maṣlaḥah* berkenaan dengan masalah baru dan tuntutan perkembangan, maka pembentukan hukum hanya akan terkunci berdasar *maṣlaḥah* yang mendapat pengakuan *shar'i.*
2. Orang-orang yang menyelidiki pembentukan hukum yang dilakukan oleh para sahabat dan *tabi'in* serta para *mujtahid*, maka akan tampak bahwa mereka ini telah mensyari'atkan aneka ragam hukum dalam rangka mencari kemaslahatan, dan bukan lantaran adanya pengakuan sebagai saksi. Misalnya, Abu Bakar yang melakukan pengumpulan lembaran-lembaran tulisan al-Quran yang berserakan, memerangi para pembangkang penunai zakat dan seterusnya.

4. Syarat *Maṣlaḥah Mursalah*

Menurut Al-Syathibi, penerapan *maṣlaḥah mursalah* harus memenuhi empat syarat berikut:

1. *Ḍarūriyyah* (kemaslahatan sangat esensial dan primer). Maksudnya, kemaslahatannya yang berhubungan dengan kebutuhan pokok manusia di dunia dan di akhirat.

[48] Miftahul Arifin dan A. Faishal Haq, *Ushul Fiqh kaidah-Kaidah Penerapan Hukum Islam,* (Surabaya: Citra Media, 1997), 144.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. *Qaṭ'iyyah* (kemaslahatan sangat jelas dan tegas). Maksudnya, bentuk maslahat yang dimiliki suatu masalah telah jelas lebih besar dari pada *muḍarat*nya.
3. *Kulliyyah* (kemaslahatannya bersifat universal). Maksudnya adalah kemaslahatan tersebut bukan untuk kemaslahatan pribadi namun kemaslahatan untuk banyak orang.
4. *Mu'tabarah* (kemaslahatan berdasarkan dalil universal yaitu dalil yang tegas diakui syariat).[49]

Untuk memakai metode *maṣlaḥah mursalah* secara benar dan tidak disalahgunakan, Imam Malik secara teologis menetapkan tiga syarat:

1. Adanya kesesuaian antara sesuatu yang mengandung kemaslahatan dan pokok *maṣlaḥah* universal yang disebut *uṣūl*, dan tidak bertentangan dengan dalil-dalil *qaṭ'i* sehingga sejalan dengan *maṣlaḥah* yang menjadi tujuan syara' meski tidak disebut secara tekstual oleh satu dalil pun.
2. Ke-*maslahat*-an itu pasti sejalan dengan akal sehat karena adanya kesesuaian paradigma *maṣlaḥah* yang dapat diterima secara universal oleh para ahli logika.
3. Dalam penggunaannya, *maṣlaḥah* dapat menghilangkan kesulitan-kesulitan yang sekiranya tidak diterapkan, niscaya manusia akan mengalami kesulitan itu.[50]

Menurut Abdul Wahab Khallaf, syarat *maṣlaḥah mursalah* yang dipakai sebagai dasar pembentukan hukum adalah sebagai berikut:

---

[49] Hamka Haq, *Al-Syathibi Aspek Teologis Konsep Maṣlaḥah dalam Kitab Al-Muwafaqat,* 251.
[50] Ibid., 252.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. *Maṣlaḥah hakikat*, bukan *maṣlaḥah wahamiah* (angan-angan). Yang dimaksud adalah agar bisa mewujudkan pembentukan hukum dari suatu masalah yang mendatangkan manfaat dan membuang yang *muḍarat*.[51] Bukan berupa dugaan belaka dengan hanya mempertimbangkan adanya kemanfaatan tanpa melihat kepada akibat negatif yang ditimbulkan.[52]
2. Ada kemaslahatan umum, bukan kemaslahatan perorangan. Yang dimaksud adalah penetapan hukum terhadap suatu peristiwa yang mendatangkan manfaat untuk orang banyak bukan untuk kemaslahatan pribadi atau orang yang sedikit jumlahnya.[53]
3. Pembentukan hukum tidak boleh bertentangan dengan tata hukum atau prinsip-prinsip yang ditetapkan *nash* atau *ijma'*.[54]

5. Kaidah-kaidah Fiqh *Maṣlaḥah Mursalah*

Dalam menerapkan kaidah fiqh, setidaknya ada tiga hal yang perlu diperhatikan penggunaannya, yaitu:

a. Kehati-hatian dalam penggunaannya.
b. Ketelitian dalam masalah-masalah yang ada diluar kaidah yang digunakan.
c. Memerhatikan sejauh mana kaidah yang digunakan berhubungan dengan kaidah-kaidah yang lain yang mempunyai ruang lingkup yang lebih luas.[55]

---

[51] Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Usul Fikih,* 101.
[52] Satria Effendi, *Ushul Fiqh*, 152.
[53] Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Usul Fikih,* 101.
[54] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sehubungan dengan ketiga hal diatas maka, dibawah ini merupakan kaidah-kaidah tentang *maṣlaḥah mursalah* :

1. الْأُمُوْر بِمَقَاصِدِهَا

Setiap perkara tergantung kepada maksud mengerjakannya.[56]

2. اَلضَّرَرُ لَا يُزَالُ بِمِثْلِهِ

Ke-*muḍarat*-an tidak boleh dihilangkan dengan ke-*muḍarat*-an yang sebanding (serupa).[57]

3. الضَّرَ رُ يُزَالُ

Ke-*muḍarat*-an itu harus dihilangkan.[58]

4. دَرْءُالْمَفَا سِدِ اَوْ لَى مِنْ خَلْبِ الْمَصَالِحِ فَإِذَا تَعَارَضَ مَفْسَدَ ةٌ وَمَصْلَحَةٌ قُدِّ مَ دَ فْعُ الْمَفْسَدَةِ غَالِباً

Menolak kerusakan lebih diutamakan daripada menarik kemaslahatan, dan apabila berlawanan antara *mafsadah* dan *maṣlaḥah*, didahulukan menolak yang *mafsadah*.[59]

---

[55] Miftachul Choiroh "Analisis Maṣlaḥah Mursalah terhadap Pengharum Ruangan yang Terbuat dari Kotoran Sapi" (Skripsi—IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013), 42.
[56] Miftahul Arifin dan A. Faishal Haq, Ushul Fiqh: Kaidah-kaidah Penetapan Hukum Islam, (Surabaya: Citra Media, 1997), 287.
[57] Ibid., 289.
[58] Abdul Mudjib, Kaidah-kaidah Ilmu Fiqih (Al-Qawa'idul Fiqhiyyah), (Jakarta: Kalam Mulia, 2001), 38.
[59] Ibid., 39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kaidah-kaidah dalam bermuamalah:

اَلْأَصْلُ فِى الْأَشْيَاءِ الْإِبَاحَةُ حَتَى يَدُلُّ الدَّلِيْلُ عَلَى التَّحْرِيْمِ

Hukum yang pokok dari segala sesuatu adalah boleh, kecuali terdapat dalil yang mengharamkannya.[60]

C. Teori *Marketing* Islam

1. Pengertian *Marketing* Islam

Marketing Islam atau yang seringkali dikenal sebagai istilah *Syariah Marketing* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari satu inisiator kepada *stakeholders*nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis islam). Ini artinya bahwa dalam *syariah marketing*, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertenangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan.[61]

Jadi dapat dipahami bahwa *marketing* Islam adalah proses memperkenalkan produk kepada konsumen dengan tetap

[60] Ibid., 25.
[61] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing,* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempertahankan dan memperhatikan prinsip-prinsip berbisnis dalam Islam.

Firman Allah mengenai pentingnya marketing tertuang dalam surat an-Nisaa: 29, yang berbunyi sebagai berikut:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

> Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.[62]

Berdasarkan ayat ini, kita diperintahkan untuk berniaga dengan cara yang baik dan menghindarkan diri dari memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil. Maka dapat dipahami bahwa setiap perniagaan atau jual beli tidak terlepas dari kegiatan pemasaran (*marketing*). Setiap penjual atau produsen selalu memasarkan barang produksinya kepada konsumen agar barang tersebut dapat dikenal dan sampai ke tangan konsumen. Maka jika perniagaan itu diperintahkan, kegiatan marketing pun diperintahkan Allah SWT agar manusia memperoleh keuntungan dari perniagaan.

[62] Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 122.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ayat lain yang dapat menjadi pedoman dalam pelaksanaan marketing adalah dalam firman Allah surat al-Baqarah ayat 1 dan 2 yang berbunyi sebagai berikut:[63]

الٓمٓ ﴿١﴾ ذَٰلِكَ ٱلۡكِتَٰبُ لَا رَيۡبَۛ فِيهِۛ هُدٗى لِّلۡمُتَّقِينَ ﴿٢﴾

1. Alif laam miim.
2. Kitab (al-Quran) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertaqwa.[64]

Ayat tersebut sangat relevan untuk dipedomani dalam pelaksanaan tugas *marketing,* sebab *marketing* merupakan bagian sangat penting dari mesin perusahaan. Dari ayat tersebut ketakwaan seseorang dilihat dari caranya berbisnis dapat kita ketahui pertama, produsen harus dapat menjamin produknya. Jaminan yang dimaksud mencakup dua aspek – material, yaitu mutu bahan, mutu pengolahan, dan mutu penyajian; aspek non-material mencakup kehalalan dan keislaman dalam penyajian. Kedua**,** yang dijelaskan Allah adalah manfaat produk. Produk bermanfaat apabila proses produksinya benar dan baik. Adapun metode yang dapat digunakan agar proses produksi benar dan baik menurut Al-Quran sesuai petunjuk dalam firman Allah surat al-An'am: 143 yang berbunyi:

نَبِّـُٔونِي بِعِلۡمٍ إِن كُنتُمۡ صَٰدِقِينَ

[63] Muhamad, "Pemasaran dalam Perspektif Islam", dalam http:// PemasaranDalamPerspektifIslam/MajalahPengusahaMuslim.html, diakses tanggal 2 Oktober 2014.
[64] Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* , 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Beritahukanlah kepadaku (berdasarkan pengetahuan) jika kamu memang orang-orang yang benar.[65]

Ayat ini mengajarkan kepada kita, untuk meyakinkan seseorang terhadap kebaikan haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data, dan fakta. Jadi, dalam menjelaskan manfaat produk, nampaknya peranan data dan fakta sangat penting. Bahkan sering data dan fakta jauh lebih berpengaruh dibanding penjelasan. Ketiga, penjelasan mengenai sasaran atau *customer* dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Makanan yang halal dan baik yang menjadi darah dan daging manusia akan membuat kita menjadi taat kepada Allah. Sebab konsumsi yang dapat menghantarkan manusia kepada ketakwaan harus memenuhi tiga syarat yaitu: materi yang halal, proses pengolahan yang bersih (*ṭaharah*), dan penyajian yang islami.

2. Karakteristik *Syariah Marketing*

Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula ada empat karakteristik *syariah marketing* yaitu sebagai berikut:

1. *Teistis* (*Rabbāniyyah*)

Salah satu ciri khas *syariah marketing* adalah sifatnya yang religius. Kondisi ini tercipta bukan karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religius yang dipandang penting agar tidak terjerumus kedalam perbuatan yang merugikan orang lain. Jiwa seorang *syariah marketer* meyakini bahwa hukum-

[65] Ibid., 212.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hukum syariat yang bersifat *teitis* atau bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling adil, sempurna, selaras dengan segala bentuk kebaikan, dapat mencegah segala bentuk kerusakan, memusnahkan kebatilan, dan menyebarluasskan kemaslahatan. Seorang *syariah marketer* akan segera mematuhi hukum-hukum syariah dalam segala aktivitasnya sebagai seorang pemasar, sebab dari hati yang paling dalam seorang *syariah marketer* meyakini bahwa Allah SWT selalu dekat dan mengawasinya ketika ia sedang melaksanakan segala macam aktivitasnya.[66]

2. Etis (*Akhlāqiyyah*)

Keistimewaan yang lain dari *syariah marketer* selain karena *teistis* (*rabbāniyyah*), juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya. Di semua tempat itu diajarkan bersikap suci, yaitu menjauhkan diri dari dusta, kezaliman, penipuan, penghianatan, dan bahkan sikap bermuka dua (munafik).[67]

3. Realistis (*Al-wāqi'iyyah*)

Syariah marketing adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah Islamiyah yang melandasinya. *Syariah marketer* adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya. Ia tidak kaku, tidak eksklusif,

[66] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing,* 28.
[67] Ibid., 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tetapi sangat fleksibel dan luwes dalam bersikap dan bergaul. Fleksibel atau kelonggaran sengaja diberikan oleh Allah SWT agar penerapan syariah senantiasa reaistis dan dapat mengikuti perkembangan zaman.[68]

4. Humanistis (*Al-Insāniyyah*)

Humanistis (*Al-Insāniyyah*) adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan bantuan syariah. Dengan memiliki nilai humanistis, ia menjadi manusia yang terkontrol, dan seimbang, bukan manusia yang serakah dan menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya.[69]

3. Etika Pemasar (Tenaga Marketing) Islam

Ada beberapa etika pemasar, yang akan menjadi prinsip-prinsip bagi *syariah marketer* dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, yaitu:

1. Memiliki kepribadian spiritual (takwa).

Semua kegiatan bisnis hendaklah selaras dengan moralitas dan nilai utama yang digariskan oleh Al-Qur'an. Al-Qur'an menegaskan bahwa setiap tindakan dan transaksi hendaknya ditujukan untuk tujuan hidup yang lebih mulia. Sekalipun Islam menyatakan bahwasanya berbisnis merupakan pekerjaan halal, pada tataran yang sama ia mengingatkan secara eksplisit bahwa semua kegiatan bisnis tidak

[68] Ibid., 35.
[69] Ibid., 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

boleh menghalangi mereka untuk selalu ingat pada Allah dan melanggar rambu-rambu perintah-Nya. Dalam hal pemasaran, aktifitas dengan nilai-nilai seperti ini lah yang disebut dengan *spiritual marketing*. Nilai-nilai religius hadir ditengah-tengah kita dikala sedang melakukan trasaksi bisnis. Kita selalu mengingat kebesaran Allah dan karenanya kita terbebas dari sifat-sifat kecurangan, kebohongan, kelicikan, dan penipuan dalam melakukan bisnis.[70]

2. Berperilaku Baik dan Simpatik (*Shidq*)

Al-Qur'an mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik. Al-Qur'an juga mengajarkan untuk senantiasa rendah hati dan bertutur kata yang manis. Berperilaku baik, sopan santun dalam pergaulan adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi, dan mencakup semua sisi manusia. Seorang *Syariah Marketer* harus berperilaku: sangat simpatik, bertutur kata yag manis, dan rendah hati. Semua orang yang pernah mengenalnya pasti memberi kesan yang baik dan senang bersahabat dengannya.[71]

3. Berlaku Adil dalam Bisnis (*Al-'Adl*)

Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya, bukan hanya imbauan dari Allah SWT. Sikap adil (al-'adl) termasuk diantara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Islam dalam semua aspek ekonomi Islam. Al-Qur'an telah meenjadikan tujuan semua risalah langit adalah

[70] Ibid., 67.
[71] Ibid., 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk melaksanakan keadilan. Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kedzaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam setiap hubungan dagang dan kontrak-kontrak bisnis. Dalam bisnis modern, sikap adil harus tergambarkan bagi semua *stakeholder,* semuanya harus merasakan keadilan. Tidak boleh ada satu pihak pun yang hak-haknya terdzalimi, terutama bagi tiga *stakeholder* utama, yaitu pemegang saham, pelanggan, dan karyawan.[72]

4. Bersikap Melayani dan Rendah Hati (*Khidmah*)

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar. Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya, dia bukanlah seorang yang berjiwa pemasar. Melekat dalam sikap melayani ini adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya. Sikap selanjutnya adalah memberi kemudahan pada orang yang kesulitan. Seorang muslim yang baik hendaklah bertasamuh (toleran) kepada saudaranya saat membayar atau menagih (utang, premi asuransi, cicilan kredit bank, dan sebagainya) jika ia sedang kesusahan atau kesulitan. Allah berfirman dalam Q.S. Al Baqarah : 280, "*Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai Dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik*

[72] Ibid., 72.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagimu, jika kamu mengetahui". Syariah marketer juga tidak boleh terbawa dalam gaya hidup yang berlebih-lebihan, dan harus menunjukkan iktikad baik dalam semua transaksi bisnisnya.[73]

5. Menepati Janji dan Tidak Curang

Amanah bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Secara umum, amanah dari Allah SWT kepada manusia ada dua, yaitu ibadah dan khalifah. Dalam kehidupan, seorang muslim harus melaksanakan segala perintah Allah SWT dan meninggalkan segala larangan-Nya. Kepatuhan kepada Allah adalah kepatuhan yang bersifat mutlak karena Allah memang menciptakan manusia untuk mengabdi kepada-Nya. Sikap sebaliknya adalah sikap curang (*tathfiif*). Sikap curang, serakah, dan sikap tidak adil demi memperoleh keuntungan yang lebih besar bisa muncul dalam menentukan harga, takaran, ukuran, timbangan.[74]

6. Jujur dan Terpercaya (Al-Amaanah)

Diantara akhlak yang harus menghiasi bisnis syariah dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat kejujuran seorang sahabat, ajaklah kerjasama dalam bisnis disana akan kelihatan sifat-sifat aslinya, terutama dalam hal kejujuran. Disinilah Islam menjelaskan bahwa kejujuran yang hakiki itu terletak pada muamalah mereka.[75]

---

[73] Ibid., 76.
[74] Ibid., 77.
[75] Ibid., 82.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Tidak suka Menjelek-jelekkan (Ghibah)

Nabi *shallallhu'alaihi wasallam* menjelaskan makna ghibah dengan menyebut-nyebut saudaramu dengan sesuatu yang ia benci, baik tentang fisiknya maupun sifat-sifatnya. Maka setiap kalimat yang engkau ucapkan sementara saudaramu membenci jika tahu engkau mengatakan demikian maka itulah ghibah.[76] Biasanya seorang pemasar sehari-hari senang jika telah mengetahui kelemahan, kejelekan, dan kekurangan lawan bisnisnya. Dan biasanya kelemahan dan kejelekan ini dijadikan senjata untuk memenangkan pertarungan di pasar dengan jalan menjelek-jelekkan (karena faktanya benar) atau memfitnah (karena fakta-faktanya tidak benar).

Bagi *syariah marketer*, ghibah adalah perbuatan sia-sia dan membuang-buang waktu. Akan lebih baik baginya jika menumpahkan seluruh waktunya untuk bekerja secara pofesional, menempatkan semua prospeknya sebagai sahabat yang baik, dan karenanya ia harus memperlihatkan terlebih dahulu bagaimana menjadi sahabat yang baik, berbudi pekerti, dan memiliki akhlak yang mulia. Orang yang memiliki akhlak yang mulia pasti disenangi semua orang, dan orang sering mengenangnya karena kebaikan perilakunya. Dari sinilah muncul kepercayaan (*trust*) yang menjadi salah satu kunci sukses dalam bisnis.[77]

---

[76] http://muslimah.or.id/akhlak-dan-nasehat/rasulullah-shalallahualaihi-wasallam-mengajarimu-arti-ghibah-sesungguhnya.html
[77] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing,* 89.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8. Tidak Melakukan Sogok/Suap (*Risywah*)

Dalam syariah, menyuap (*risywah*) hukumnya haram, dan menyuap termasuk dalam kategori makan harta orang lain dengan cara batil. Memberi dan menerima uang suap dalam bentuk apapun dalam menjalankan tugas adalah diharamkan oleh syariat.[78]

4. Prinsip-prinsip *Marketing* Islam

Berikut akan dijelaskan beberapa prinsip yang dipakai dalam *syariah marketing*, yaitu:

1. Perubahan

Perubahan adalah suatu hal yang pasti akan terjadi. Oleh karena itu, perubahan perlu disikapi dengan cermat. Perubahan yang berpengaruh besar dalam pemasaran adalah perubahan dalam bidang teknologi. Dalam bisnis korporasi, perkembangan teknologi memudahkan perusahaan untuk memberikan standar layanan terbaik dengan biaya yang rendah. Perkembangan teknologi tentu saja memberi kesempatan emas bagi perusahaan yang menggunakan prinsi-prinsip syariah. Selain sebagai penunjang untuk kegiatan operasional dan standar layanan, teknologi juga membantu menunjukkan kesungguhan perusahaan dalam melaksanakan prinsip-prinsip *syariah marketing*. Kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan informasi

[78] Ibid., 93.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan melakukan komunikasi menjadi kunci perusahaan syariah menunjukkan kejujuran secara transparan.[79]

2. Pesaing (Hormati Para Pesaing)

Dalam menjalankan *syariah marketing*, perusahaan harus memerhatikan cara mereka menghadapi persaingan usaha yang serba dinamis. Berkompetisi secara jujur dan adil, maka akan memberikan pandangan yang positif dari masyarakat terhadap perusahaan anda. Ketika persaingan usaha yang dihadapi semakin ketat dan kadang bersifat kotor, sebuah perusahaan berprinsip syariah harus punya kekuatan moral untuk tidak terpengaruh oleh permainan bisnis seperti itu.[80]

3. Pelanggan

Pelanggan saat ini tidak saja membeli apa yang dibutuhkan namun juga sudah memiliki keinginan dan harapan atas suatu produk atau jasa yang akan mereka beli.[81]

4. Perusahaan

Kembangkan nilai-nilai spiritual yang menjadi prinsip dasar bagi perusahaan yang berprinsip syariah.[82]

5. Segmentasi (Lihat Pasar pada Umumnya)

Segmentasi adalah seni mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di pasar. Dan pada saat yang sama, ia

[79] Ibid., 151
[80] Ibid., 154
[81] Ibid., 156.
[82] Ibid., 161.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah ilmu untuk melihat pasar berdasarkan variabel-variabel yang berkembang di tengah masyarakat. Dalam melihat pasar, perusahaan harus kreatif dan inovatif menyikapi perkembangan yang sedang terjadi, karena segmentasi merupakan langkah awal yang menentukan keseluruhan aktivitas perusahaan.[83]

6. *Targeting* (Target Pasar)

   Targeting adalah strategi mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif, karena sumber daya yang dimiliki terbatas. Dengan menentukan target yang akan dibidik, usaha akan lebih terarah.[84]

7. *Positioning* (Bangun Sistem Kepercayaan)

   Positioning adalah strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan. Bagi perusahaan syariah, membangun *positioning* yang kuat dan positif sangat penting. Citra syariah yang dengan sendirinya akan terbentuk harus bisa dipertahankan dengan menawarkan *value-value* yang sesuai dengan prinsip syariah. Jadi, *positioning* memegang peranan dalam memasarkan produk-produk perusahaan berbasis syariah, karena membangun *positioning* berarti membangun kepercayaan dari konsumen.[85]

---

[83] Ibid., 165.
[84] Ibid., 169.
[85] Ibid., 172.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8. *Differenttiation*

Diferensiasi didefiniskan sebagai tindakan merancang seperangkat perbedaan yang bermakna dalam tawaran perusahaan. Namun, penawaran ini bukan berarti janji-janji belaka saja, melainkan harus didukung oleh bentuk yang nyata. Sebuah perusahaan dapat melakukan diferensiasi pada produknya saja atau cara penawarannya.[86]

9. *Marketing Mix* (Jujur dengan Unsur 7P dalam *Marketing Mix*)

Dalam menentukan *marketing mix*, proses integrasi terhadap *offer* (penawaran) dan *access* (akses atau sarana dalam pemasaran) harus didasari oleh prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran.[87]

10. Penjualan (Buat Hubungan yang Baik dengan Menjual)

Penjualan adalah penyerahan suatu barang atau jasa dari penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati atas dasar sukarela.[88]

11. *Brand* atau Merk

Brand atau merk adalah suatu identitas terhadap pproduk atau jasa perusahaan anda. *Brand* mencerminkan nilai (*value*) yang anda berikan kepada konsumen. Dalam pandangan *syariah marketing*, *brand* adalah nama baik yang menjadi identitas seseorang atau perusahaan. Membangun *brand* yang kuat adalah penting, tetapi dengan jalan yang tidak bertentangan dengan ketentuan prinsip-prinsip *syariah marketing*.

[86] Ibid., 175.
[87] Ibid., 177.
[88] Ibid., 179.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Brand yang baik adalah *brand* yang mempunyai karakter yang kuat, dan bagi perusahaan atau produk yang menerapkan *syariah marketing*, suatu brand juga harus mencerminkan karakter-karakter yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah atau nilai-nilai spiritual. Beberapa karakter yang bisa dibangun untuk menunjukkan nilai spiritual ini bisa digambarkan dengan nilai kejujuran, keadilan, kemitraan, kebersamaan, keterbukaan, dan universalitas.[89]

12. Pelayanan (Pelayanan Harus Memiliki Kemampuan untuk Mengubah)

Perusahaan apapun jenis dan industrinya, harus menjadi pelayan bagi pelanggannya. Dalam melakukan pelayanan yang baik, biasanya digambarkan seseorang melalui sikap, pembicaraan, dan bahasa tubuh yang bersifat simpatik, lembut, sopan, hormat, dan penuh kasih sayang.[90]

13. Proses (Lakukan Proses Bisnis yang bisa Dipercaya)

Kualitas suatu produk ataupun pelayanan tercermin dari proses yang baik, dari proses produksi sampai sampai penjualan kepada konsumen secara tepat waktu dan dengan biaya yang efektif dan efisien.[91]

---

[89] Ibid., 180.
[90] Ibid., 182.
[91] Ibid., 185.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id