

BAB II

KONSEP PROMOSI PENJUALAN DALAM ISLAM

A. Promosi Penjualan Dalam Islam

1. Pengertian Promosi Penjualan Dalam Islam

Promosi penjualan adalah bahasa Indonesia berasal dari dua kata, yaitu promosi dan penjualan. Promosi adalah suatu pesan yang dikomunikasikan kepada calon pembeli melalui berbagai unsur yang terdapat dalam program.⁹ Sedangkan penjualan ialah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.¹⁰

Pemasaran adalah salah satu bahagian dari kegiatan ekonomi Islam didalam pelaksanaannya juga harus didasarkan dan bersumber pada Al-Qur'an, Hadist, Syariah/Fiqh dan Praktek Pemasaran Islam dalam sejarah dan Pemikiran Ilmuwan Muslim tentang pemasaran. Sumber tersebut diatas akan menjadi jiwa kegiatan pemasaran. Ia bagai pelita yang memerangi lingkungannya, memancarkan cahaya kebenaran ditengah-tengah kegelapan. Meluruskan praktek-praktek pemasaran yang menyimpang seperti

⁹ Rewold, Scott, Warshaw, strategi pemasaran, hal. 1

¹⁰ Kotler, *manjemen pemasaran*, hal. 13

kecurangan, kebohongan, propaganda, iklan palsu, penipuan, kezaliman dan sebagainya. Dengan demikian nilai-nilai kebenaran yang dianut seorang akan selalu terpancar dalam praktek pemasaran yang Islami sehari-hari. Jadi sebagaimana yang dijelaskan oleh Muhammad Syakir Sula bahwa syariah marketing (pemasaran yang Islami) merupakan suatu proses bisnis yang keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai Islam dan sebagai suatu bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdernya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.¹¹

2. Pelaksanaan Pemasaran Menurut Prinsip- Prinsip Dalam Islam

Dalam melihat pelaksanaan pemasaran yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, maka pembahasan akan kita fokuskan pada empat unsur penting dalam kegiatan pemasaran yang menjadi sorotan utama yaitu yang pertama adalah unsur produknya, yang kedua unsur pelakunya dan yang ketiga adalah metode (caranya) pelaksanaannya dan yang keempat adalah unsur konsumennya.

¹¹ Azhari Kasim, *Syariah Marketing*, hal. 27

a. Unsur Produknya

Dalam Islam terdapat produk-produk (barang dan jasa) yang dapat dikonsumsi (Halal) dan tidak dapat dikonsumsi (Haram) Quraish Shihab menjelaskan dalam tafsir Al-Misbah, bahwa produk yang haram itu dua macam, yaitu haram karena zatnya, dan haram karena bukan zatnya. Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu produk bukan tanpa sebabnya. Pengharaman untuk produk karena zatnya, antara lain karena berbahaya bagi tubuh, dan jiwa. Sedangkan pengharaman yang bukan karena zatnya antara lain memiliki kaitan langsung dalam membahayakan moral dan spiritual. Batasan produk untuk dikonsumsi tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1) Al-Baqarah (2: 168:169) yang berbunyi :

□ □ □

□ □ □

Artinya: *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena setan itu adalah musuh nyata bagi kamu. Sesungguhnya*

setan hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui. Al-Baqarah (168:169)¹²

2) Al-Baqarah (2) : 173 yang berbunyi :



Artinya: Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Akan tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya, dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. Al-Baqarah : 173¹³

3) Al-Maidah (5): 90 yang berbunyi :



Artinya: Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (minuman) khamr, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib adalah perbuatan keji termasuk perbuatan setan, maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu beruntung.¹⁴ (Al-Maidah: 90)

4) Al-Israa (17):32 yang berbunyi :

¹² Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, hal. 41

¹³ *Ibid*, hal. 42

¹⁴ *Ibid*, hal. 176



Artinya: *Dan janganlah kamu mendekati zina ;sesungguhnya zina itu adalah suatu perbuatan yang keji. Dan suatu jalan yang buruk. (Al-Israa :32)*¹⁵

b. Unsur Pelaku Pemasaran

Rasulullah S.A.W. lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan yang dikenal dengan istilah saat ini *Customer Relationship Management* atau istilah yang lebih baru *Customer Experience Management* yang tidak hanya memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan tetapi juga memahami yang dipikirkan pelanggan. Nabi Muhammad SAW sangat memahami pelanggannya. Ketika ratusan utusan datang pada Nabi setelah kemenangan kota Makkah, seorang diantaranya Abdul Qais, datang menemui Nabi. Selanjutnya, meminta agar mereka memanggil dan memberitahukan pemimpin mereka, yaitu *Al-Ashajj*. Ketika menghadap, Nabi pun mengajukan bermacam-macam pertanyaan, tentang penduduk berbagai kota dan urusan-urusan mereka. Secara khusus Nabi juga menyebutkan nama-nama Sofa, Musyaqqar, Hajar dan beberapa kota lainnya. Pemimpin mereka *Al-Ashajj*, sangat terkesan dengan pengetahuan luas yang dimiliki Nabi tentang negerinya sehingga ia mengatakan “Ayah dan Ibuku akan berkorban demi Anda, karena Anda tahu banyak tentang negeriku dibanding aku sendiri dan mengetahui nama-nama lebih banyak kota di negeri kami daripada yang

¹⁵ *Ibid*, hal. 429

kami ketahui”. Bahkan Nabi mengetahui kebiasaan orang *Bahrain*, cara hidup penduduk *Bahrain*, cara mereka minum dan cara mereka makan.¹⁶

Strategi promosi Rasulullah SAW tersebut meliputi: memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*), berperilaku baik dan simpatik (*siddiq*), memiliki kecerdasan dan intelektualitas (*fathanah*), komunikatif, transparan dan komunikatif (*tablig*), bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), jujur, terpercaya profesional, kredibilitas dan bertanggung jawab (*Al-Amanah*), tidak Suka berburuk sangka (*su’uzh-zhann*), tidak suka menjelek-jelekan (*ghibah*), tidak melakukan sogok atau suap (*risywah*), berbisnislah kalian secara adil, demikian kata Allah. Dari sembilan etika pemasar tersebut empat diantaranya merupakan sifat Nabi SAW dalam mengelola bisnis yaitu shiddiq, amanah, fathanan dan tablih yang merupakan ”*Key Succes Factor*”

a. Memiliki Kepribadian Spiritual (*Taqwa*)

Sebuah Hadist diriwayatkan dari Umar R.A. yang mengatakan, ”Aku mendengar Rasulullah SAW bersabda: Sekiranya kalian bertawakal (menyerah) kepada Allah SWT dengan sungguh-sungguh, Allah akan memberikan rezeki kepada kalian seperti burung yang keluar di pagi hari dengan perut kosong (lapar), tetapi kembali di sore hari dengan perut penuh (kenyang). ”Hadist ini dengan jelas menerangkan bahwa betapa

¹⁶ [http// www.strategi promosi nabi SAW \(1\).htm](http://www.strategi_promosi_nabi_SAW(1).htm)

Allah akan memudahkan rezeki kepada kita sepanjang kita tetap bertawakal kepada-Nya dengan sungguh-sungguh”.

Al-Quran memerintahkan untuk mencari dan mencapai prioritas-prioritas yang Allah SAW tentukan di dalam Al-Quran, misalnya:

- a) Hendaklah mereka mendahulukan pencarian pahala yang besar dan abadi di akhirat ketimbang keuntungan kecil dan terbatas yang ada di dunia. Mendahulukan sesuatu yang secara moral bersih dari pada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun misalnya yang disebut terakhir mendatangkan banyak keuntungan yang lebih besar
 - b) Mendahulukan pekerjaan yang halal dari pada yang haram.
- b. Berperilaku Baik dan Simpatik (*Ash-Siddiq*)

Prinsip ini harus melandasi seluruh perilaku ekonomi manusia, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. Nabi Muhammad SAW pada zamannya, menjadi pelopor perdagangan berdasarkan prinsip kejujuran, transaksi bisnis yang fair, dan sehat, sehingga ia digelar sebagai Al-Amin. Ia tak segan-segan mensosialisasikannya dalam bentuk edukasi langsung dan statemen yang tegas kepada para pedagang. Bagi seorang yang terlibat dalam kegiatan pemasaran sifat *Ash-Shiddiq* (benar dan jujur) haruslah menjiwai seluruhnya perilakunya dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan

nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnis. Allah SWT berfirman dalam surat Al-Luqman yang berbunyi :



Artinya *”Dan janganlah kamu memalingkan muka dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong yang membanggakan diri.”*¹⁷ (Al-Luqman: 18)



Artinya *”Dan sederhanakanlah kamu dalam berjalan, dan lunakkanlah suaramu, sungguh seburuk-buruk suara ialah suara keledai”*. (Al-Luqman: 19)¹⁸

Sabda Rosulullah SAW menekankan pada aspek keindahan setiap hasil kerja dalam sabda berikut:

¹⁷ Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, hal. 11

¹⁸ *Ibid*, hal 11

Artinya: “ *Dan dari muhammad ibn musanna dan Muhammad ibn basyar dan ibrohim ibn dinar bersama yahya ibn hammad berkata: ibn musanna bercerita dari yahya ibn hammad member kabar su’bah dari bapaknya ibn taghlib dari fudhoilil fuqoimiyyah dari Ibrahim annakhoi daro alqomah dari Abdullah ibn mas’ud dari nabi SAW berkata: tidak akan masuk surga orang yang dalam hatinya mengatakan kebaikan seberat dzarrah sesungguhnya Allah itu indah dan dia (Allah) menyukai keindahan* ”.¹⁹

Apabila Allah SWT menjadikan setiap perbuatan-Nya dengan sempurna, menarik dan sangat tahan lama. Dia mengharapkan hamba-hambanya terutama orang beriman, ciri-ciri kesempurnaan, keindahan dan ketahanan dalam pekerjaan mereka

c. Memiliki Kecerdasan Dan Intelektualitas (*Fathanah*)

Kegiatan ekonomi dan bisnis mengharuskan didasarkan dengan ilmu, skills, jujur, benar, kredible dan bertanggung jawab dalam berekonomi dan berbisnis. Para pelaku ekonomi harus cerdas dan kaya wawasan agar bisnis yang dijalankan efektif dan efisien dan bisa memenangkan persaingan dan tidak menjadi korban penipuan. Dalam dunia bisnis sifat fatanah memastikan bahwa pengelolaan bisnis, perbankan atau lembaga bisnis apa saja harus dilakukan secara smart dan

¹⁹ Imam muslim, “*muwatho*” dalam CD mausuat no.121, kitab Al-Bash

kompetitif, sehingga menghasilkan keuntungan maksimum dalam tingkat risiko yang rendah.

d. Berbisnislah Kalian Secara Adil, Demikian Kata Allah SWT.

Mari kita lihat potongan firman-Nya, "Berusahalah secara adil dan kamu tidak boleh bertindak dengan tidak adil." Ini adalah salah satu bentuk akhlak yang harus dimiliki seorang pemasar yang berbasis Islam. Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya, bukan hanya imbauan dari Allah Swt. Sikap adil (Al-'Adl) termasuk di antara nilai-nilai yang Islam. Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam setiap hubungan dagang dan kontrak-kontrak bisnis. Oleh karena itu, Islam melarang Bai' Al-Gharar (jual beli yang tidak jelas sifat-sifat barang yang ditransaksikan) karena mengandung unsur ketidakjelasan yang membahayakan salah satu pihak yang melakukan transaksi. Hal itu akan menjadi suatu kezaliman terhadapnya. Jika unsur Gharar (ketidakjelasan) yang terjadi dalam transaksi bisnis terbilang kecil, hal tersebut masih dapat ditoleransi. Akan tetapi, jika unsur gharar ini sangat besar, transaksi bisnis tersebut terlarang dalam bisnis Syariah. Begitu pula Islam melarang setiap hubungan dagang yang mengandung penipuan.

e. Komunikatif, Transparan Dan Komunikatif (*Tabligh*),.

Orang yang memiliki sifat tabligh, akan menyampaikannya dengan benar (berbobot) dan dengan tutur kata yang tepat (*Bi Al-Hikmah*) bersikap melayani dan rendah hanti. Para pelaku pemasaran harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan. Pelaku pemasaran harus menjadi komunikator yang baik, yang bisa bicara benar dan *Bi Al-Hikmah* (bijaksana dan tepat dan sasaran) kepada mitra bisnisnya.

f. Bersikap Melayani Dan Rendah Hati (*Khidmah*).

Rasulullah bersabda bahwa salah satu ciri orang beriman adalah mudah bersahabat dengan orang lain, dan orang lain pun mudah bersahabat dengannya. Rasulullah SAW bersabda, "Semoga Allah memberikan rahmat-Nya kepada orang yang murah hati, sopan pada saat dia menjual, membeli, atau saat menuntut haknya." Al-Quran memerintahkan dengan sangat ekspresif agar kaum Muslim bersifat lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan.

g. Jujur, Terpercaya Profesional, Kredibilitas Dan Bertanggung Jawab (*Al-Amanah*).

Sifat amanah merupakan karakter utama seorang pelaku pemasaran dan semua umat manusia. Sifat amanah menduduki posisi yang paling penting dalam ekonomi, bisnis dan dunia pemasaran. Tanpa

adanya amanah perjalanan dan kehidupan pemasaran dan bisnis pasti akan mengalami kegagalan dan kehancuran. Dengan demikian setiap pelaku pemasaran mestilah menjadi orang yang profesional dan bertanggung jawab, sehingga ia dipercaya oleh masyarakat dan seluruh pelanggan. Dalam dunia bisnis Islami yang berkembang saat ini sifat amanah menjadi kunci sukses kegiatan bisnis tersebut di masa depan. Jika pelaku bisnis Islami menciderai gerakan bisnisnya dengan sifat dan praktek non-amanah (seperti tidak profesional, tidak bertanggung jawab dan tidak kredible, maka seluruh masyarakat akan kehilangan kepercayaan bisnis tersebut. Allah SWT berfirman dalam surat (QS Al-Nisa (4): 58):



Artinya: *“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukuman diantara manusia supaya kamu menetapkan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”*. (QS Al-Nisa: 58)²⁰

²⁰ Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, hal. 128

h. Tidak Suka Berburuk Sangka (*Su'uzh-zhann*)

Tidak boleh satu pengusaha menjelekkan pengusaha yang lain, hanya bermotifkan persaingan bisnis. Allah Swt. berfirman, "Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka. Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Sukakah di antara salah seorang kamu memakan daging saudaranya yang sudah mati?." Dalam haji *wada'*, Rasulullah Saw pernah berkhotbah di hadapan kaum muslim. Di antara isi khotbahnya itu berbunyi, "Sesungguhnya darah-darah dan harta-harta kamu haram merusakkannya, sehingga kamu haram merusak kehormatan harimu, di bulanmu ini dan di negerimu."

i. Tidak Suka Menjelek-jelekkkan (*Ghibah*)

Penyakit hati yang lain, selain *su'uzh-zhann* adalah *ghibah*. Dilarang *ghibah* (mengumpat atau menjelek-jelekkkan). Seperti firman Allah, "Dan jangan sebagian dari kamu mengumpat sebagian yang lain." tahukah kamu apakah yang disebut *ghibah* itu? Yaitu: Kamu membicarakan saudaramu tentang sesuatu yang ia tidak menyukainya. Kemudian Nabi ditanya: Bagaimana jika saudaraku itu memang seperti yang saya katakan tadi? Rasulullah Saw. menjawab: "jika padanya terdapat apa yang kamu bicarakan itu, berarti kamu mengumpatnya (*ghibah*), dan jika tidak seperti yang kamu bicarakan itu, kamu telah memfitnahnya." Dari A'isyah ia berkata: saya pernah berkata kepada

Nabi: Kiranya engkau cukup (puas) dengan Shafiyah begini dan begini, yakni dia itu pendek. Maka menjawab Nabi: sungguh engkau telah berkata suatu perkataan yang andaikata engkau campur dengan air laut, niscaya akan tercemar.”

Ghibah adalah keinginan untuk menghancurkan orang, menodai harga diri, kemuliaan, dan kehormatan orang lain, sedangkan mereka itu tidak ada di hadapannya. Sikap semacam ini merupakan salah satu bentuk penghancuran karakter. *Ghibah* disebut juga suatu ejekan merusak, sebab sedikit sekali orang yang lidahnya dapat selamat dari cela dan cerca. Islam melindungi kehormatan pribadi dari suatu pembicaraan oleh yang tidak disukainya untuk disebut-sebut dalam *ghibah*.

j. Tidak Melakukan Sogok Atau Suap (*Risywah*)

Dalam Syariah, menyuap (*Risywah*) hukumnya haram, dan menyuap termasuk dalam kategori makan harta orang lain dengan cara batil. Allah SWT. Berfirman dalam surat (QS Al-Baqarah [2]:188):



Artinya ”Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian

dari harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui”. (QS Al-Baqarah:188)²¹

Kemudian Rasulullah Saw. bersabda, ”Allah melaknat penyuap dan penerima suap dalam hukum”. Pada hadis yang lain Rasulullah Saw. juga mengatakan, ”Rasulullah SAW melaknat penyuap, penerima suap, dan yang menjadi perantaranya” Karena itulah Islam mengharamkan suap (risywah) dan memberi peringatan keras terhadap siapa saja yang bersekutu atau bekerja sama dalam proses penyusunan ini.

B. Kriteria *Sales Promotion*

1. Pengertian *Sales Promotion*

Sales promotion adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera serta meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Dengan *Sales promotion* perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan *impulse buying* (pembelian tanpa rencana sebelumnya), atau mengupayakan kerja sama yang erat dengan pengecer.²²

Sifat-sifat yang terkandung dalam *Sales promotion*, diantaranya adalah komunikasi, insentif dan undangan (*invitation*). Sifat komunikasi

²¹ Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, hal. 46

²² Fandy Tjiptono, *pemasaran jasa*, hal .20

mengandung arti bahwa *Sales promotion* mampu menarik perhatian konsumen dan memberi informasi yang memperkenalkan pelanggan pada produk, sifat intensif yaitu memberi keistimewaan dan rangsangan yang bernilai bagi pelanggan, sedangkan sifat undangan adalah mengandung khalayak untuk membeli saat itu juga.²³

2. Karater *sales promotion*

Adapun karakteristik *sales promotion*, antara lain:

a. *Performance*

Performance ini merupakan tampilan fisik yang dapat di indra dengan menggunakan penglihatan. Dalam prespektif ini, *performance* juga mengilustrasikan tentang bawahan seseorang, pembawahan ini diukur dari penampilan fisik dan desain pakaian, ukuran dari bawahan ini subyektif.

Dalam Islam dinyatakan ia tidak meninggalkan aspek fisik yang indah suatu benda. Ia mengingatkan penganutnya agar membuat sesuatu dengan baik dan sempurna dalam setiap bidang kehidupan:

□□:

²³ *Ibid*, hal .20

Artinya: *Dan kamu lihat gunung-gunung itu, kamu sangka dia tetap di tempatnya, padahal ia berjalan sebagai jalannya awan. (Begitulah perbuatan Allah yang membuat dengan kokoh tiap-tiap sesuatu; sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (An-Naml)²⁴*

b. *Communicating style*

Communicating style ini mutlak harus terpenuhi oleh sales promotion girls karena melalui komunikasi ini akan mampu tercipta interaksi antar konsumen dengan *sales promotion girls*. Komunikasi ini diukur dari gaya bicara dan cara berkomunikasi. Dan pengukur atas *Communicating style* ini dikembalikan kepada konsumen karena bisa bersifat obyektif.

Komunikasi yang baik yaitu daya upaya seseorang di dalam menilai dan mencetuskan segala sesuatu dengan cara sebijaksana mungkin. Ini juga salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan tenaga kerja. Dalam Al-Qur'an sifat ini dinyatakan dalam surat Yusuf:²⁵

□□:

Artinya: *Berkata Yusuf: "Jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir); sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan". (Surat Yusuf:)²⁶*

²⁴ Depag, *Al-Qur'an dan terjemahnya*. Hal. 605

²⁵ Afzalur Raman, *Doktrin Ekonomi Islam*, hal.264

²⁶ Depag, *Al-Qur'an dan terjemahnya*. Hal. 357

c. *Body languenge*

Body languenge ini lebih mengarah pada gerakan fisik (lemah lembut, lemah gemulai, dan lainnya) gerak tubuh ketika menawarkan produk dan sentuhan fisik (*body touch*) adalah deskripsi dari *Body languenge*. Dalam hal ini pengukuran *Body languenge* dikembalikan kepada konsumen karena bisa bersifat subyektif.

Kesehatan moral dan fisik mempunyai kaitan yang sangat erat dengan kecakapan tenaga kerja. Seorang tenaga kerja sehat dan kuat lebih cakap dari pada tenaga kerja yang lemah dan sakit. Begitu juga dengan seorang pekerja yang jujur dan bertanggung jawab, yang menyadari tugas dan tanggung jawab-Nya akan bekerja lebih kuat dan tekun dan orang yang tidak kuat dan tekun dan orang yang tidak kuat dan tidak jujur tidak akan merasa bertanggung jawab terhadap pekerjaannya.²⁷

Sifat-sifat seorang pekerja digambarkan dalam Al-Qur'an seperti kisahnya Nabi Musa A.S. yang terdapat dalam firman Allah SWT sebagai berikut:

□□:

²⁷ Afzalur Raman, *Doktrin Ekonomi Islam*, hal. 263

Artinya: *Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya". (Al-qashosh:26)*²⁸

Ayat tersebut menyatakan bahwa kekuatan fisik (yaitu kesehatan) dan kejujuran (kebagusan akhlaq) merupakan sifat yang diperlukan oleh seorang pekerja yang cakap. Sifat tersebut dimiliki oleh Nabi Musa A.S dan justru karena hal itu beliau dicontohkan sebagai pekerja. Kejujuran merupakan suatu unsur yang penting dalam bekerja.²⁹

C. Etika Dalam Fungsi Pemasaran

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas pemasaran. Sebab pemasaran merupakan aktifitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atau program-program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi.³⁰

Definisi diatas mengarahkan kita bahwa orientasi pemasaran adalah pasar sebab pasar merupakan mitra sasaran dan sumber penghasilan yang dapat menghidupi dan mendukung pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu, apapun yang dilakukan oleh aktifitas pemasaran adalah berorientasi pada kepuasan

²⁸ Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, hal. 613

²⁹ *Ibid*, Afzalur Raman, hal. 263

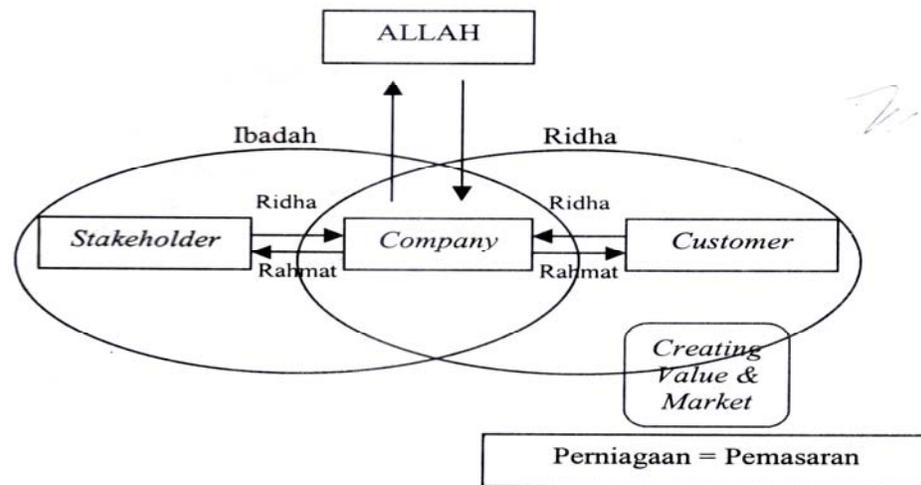
³⁰ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, hal. 67

pasar. Kepuasan pasar adalah kondisi saling ridho dan rahmat antara pembeli dan penjual atas transaksi yang dilakukan. Dengan adanya keridhaan ini, maka membuat pasar tetap loyal terhadap produk perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.³¹

Dengan demikian, kerangka pemasaran dalam Islam dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka pemasaran dalam Islam



Sumber : sunardji Daromi, 2003

Gambar diatas menunjukkan bahwa kerangka pemasaran dalam islam sangat mengedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual maupun pembeli, sampai dari Allah SWT. Dengan demikian aktifitas pemasaran

³¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, hal. 99

harus didasari pada etika dalam pemasaran-Nya. Sehubungan dengan ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:³²

1. Etika pemasaran dalam konteks produk
 - a. Produk yang *halal* dan *thoyyib*
 - b. Produk yang berguna dan dibutuhkan
 - c. Produk yang berpotensi ekonomi atau benefit
 - d. Produk yang bernilai tambah yang tinggi
 - e. Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
 - f. Produk yang dapat memuaskan masyarakat
2. Etika pemasaran dalam konteks harga
 - a. Beban biaya produksi yang wajar
 - b. Sebagai alat kompetisi yang sehat
 - c. Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
 - d. Margin perusahaan yang layak
 - e. Sebagai alat daya tarik bagi konsumen
3. Etika pemasaran dalam konteks distribusi
 - a. Kecepatan dan ketepatan waktu

³² *Ibid*, hal. 101

- b. Keamanan dan keuntungan barang
 - c. Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat
 - d. Konsumen mendapat pelayanan tepat dan cepat
4. Etika pemasaran dalam konteks promosi
- a. Sarana memperkenalkan barang
 - b. Informasi kegunaan dan kualifikasi barang
 - c. Sarana daya tarik barang terhadap konsumen
 - d. Informasi fakta yang ditopang kejujuran

Dalam kerangka Islam, etika dalam pemasaran tentunya perlu didasari pada nilai-nilai yang dikandung dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist. Beberapa ayat dan hadist Nabi yang dapat dijadikan pijakan etika dalam pemasaran diantaranya:³³

1. Perhatikan olehmu sekaligus perdagangan, sesungguhnya didunia perdagangan itu ada Sembilan dari sepuluh pintu rezki.
- 2.



³³ *Ibid*, hal. 101

Artinya: *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. (Asy-Syu'araa: 29)*³⁴

3. Barang siapa yang memelihara silaturahmi, maka Allah SWT akan menganugerahi rizki yang melimpah dan umur panjang.

Disamping itu, teladan Rasulullah SAW dalam berdagang kiranya dapat dijadikan acuan dalam memasarkan produk perdagangannya. Beberapa kiat dan etika Rasulullah SAW dalam membangun citra dagangnya adalah sebagai berikut:³⁵

1. Penampilan

Penampilan Rasulullah SAW dalam berdagang adalah tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran (kuantitas) maupun kualitas.

2. Pelayanan

Pelanggan yang tidak sanggup bayar kontan hendaknya diberi tempo untuk melunasi. Selanjutnya, pengampunan (bila memungkinkan) hendaknya diberikan jika ia benar-benar tidak sanggup membayarnya.

³⁴ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, hal. 575

³⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, hal. 102

3. Persuasi

Menjahui sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang.

4. Pemuasan

Hanya dengan kesepakatan bersama, dengan suatu usulan dan penerimaan, penjual akan sempurna.