

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

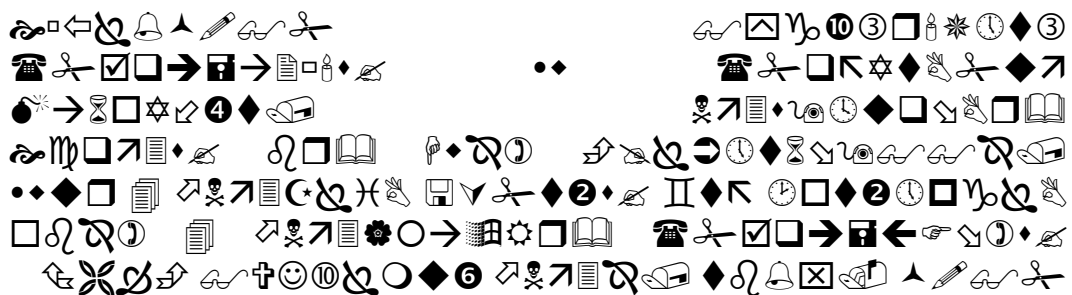
Islam adalah agama yang sempurna, yang berarti segala hal yang menjadi pedoman dalam kehidupan manusia terdapat didalamnya. Islam juga agama yang mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat antara *Hablum minallah* (hubungan dengan Allah) dan *Hablum minannas* (hubungan sesama manusia).¹ Hubungan antara Allah dengan manusia dalam ajaran Islam bersifat timbal balik, yaitu bahwa manusia melakukan hubungan dengan Allah dan Allah juga melakukan hubungan dengan manusia misalnya dalam rangka pengabdian atau beribadah. Sedangkan hubungan antara manusia dengan manusia misalnya dalam rangka tolong menolong seperti melakukan perniagaan atau perdagangan. Oleh karena itu ajaran Islam adalah ajaran yang lengkap sehingga mampu mengurus kehidupan manusia dari hal apapun hingga sampai hal perniagaan.² Perniagaan sendiri mencakup berbagai aspek, salah satunya adalah kegiatan pemasaran dalam hal perdagangan.

Menurut prinsip Syariah, kegiatan pemasaran dalam perdagangan sendiri harus dilandasi semangat beribadah, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri seperti yang dilakukan Rasulullah

¹ Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqih*, cet III, Jakarta : Kencana, 2010.h.176.

² <http://Konsep-Islam.Blogspot.co.id.2011.diakses> pada tanggal 10 februari 2016.

SAW pada saat beliau berdagang.³ Prinsip dasar perdagangan menurut Islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi tukar menukar, tetapi kegiatan tersebut tetap dengan harapan diperolehnya keridhaan Allah SWT dan melarang terjadinya pemaksaan. Oleh karena itu, agar diperoleh suatu perdagangan yang bermoral, Rasulullah SAW secara jelas telah banyak memberi contoh tentang hal tersebut sistem perdagangan yang bermoral, yaitu perdagangan yang jujur dan adil serta tidak merugikan kedua belah pihak, Rasulullah SAW juga mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan cara yang baik dan dilarang melakukan tindakan bathil. Kegiatan ekonomi harus dilakukan dengan landasan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta'ala, yang berbunyi:⁴



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.(QS.An-Nisaa:29).⁵

Ayat di atas peneliti menilai bahwa dianjurkan bertransaksi secara sukarela tanpa adanya paksaan serta menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan disertai tindakan yang tidak saling menzalimi antara satu dengan

³ http://www.academia.edu/7612363/Paper_Etika_Bisnis_Islam diakses pada tanggal 12 Februari 2016.

⁴ Jusmalani, *Bisnis Berbasis Syariah*, cet I, Jakarta : Bumi Aksara, 2008.h.45.

⁵ Anggota(IKAPI) Ikatan Penerbit Indonesia, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, cet X, Bandung : CV Penerbit di ponegoro, 2005.h.82.

yang lain. Dalam hadis juga dipaparkan sabda Rasulullah Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Tirmizi yang berbunyi :

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، أَلْتَأَخَّرُوا لَصِّدْقِ الْأَمِينِ مَعَ الْبَيْتِ وَالْصِّدِّيقَيْنِ وَالْأَهْلِ (رواه الترمذي)

Artinya : “Dari Said Radhiyallahu Anhu, Katanya ;Rasulullah Saw. Bersabda : “Pedagang yang jujur yang dapat dipercaya itu akan ditempatkan bersama nabi dan orang-orang yang benar serta para syuhada”.(HR.Tirmizi).⁶

Hadis di atas menjelaskan dilarangnya jual beli dengan berlaku curang akan tetapi diperintahkan dalam setiap transaksi untuk lebih mengutamakan kejujuran dan memegang teguh kepercayaan yang diberikan orang lain. Selain itu, dalam transaksi perdagangan dituntut harus bersikap sopan dan bertingkah laku baik sebagaimana disebutkan dalam hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari :

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى (صححه البجاري)

Artinya : “Dari Jabir Radhhiyallahu Anhu, Katanya, :Rasulullah Saw:” Allah mengasihi seseorang yang murah hati bila menjual dan membeli, serta ketika membuat keputusan”.⁷

Hadis di atas dapat peneliti menyimpulkan bahwa dalam jual beli harus murah hati (tolong menolong, tidak curang,jujur, dan suka sama suka), dalam artian bahwa pembeli juga harus memperhatikan bagaimana penjual menjual barangnya menggunakan etika bisnis yang baik dalam berdagang.

⁶ Mardani, *Ayat-ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, cet I, Jakarta :PT RajaGrafindo Persada,2011,h.177.

⁷ *Ibid.*,

Berdasarkan kedua hadis tersebut, tampak jelas bahwa Nabi Muhammad Saw telah mengajarkan untuk bertindak jujur dan adil serta bersikap baik dalam setiap transaksi perdagangan. Hal ini kunci keberhasilan dan kesuksesan Nabi dalam perdagangan di antaranya adalah dimilikinya sifat-sifat terpuji beliau yang dikenal oleh penduduk mekah pada masa itu yaitu kejujurannya (*shidiq*), menyampaikan (*Tabligh*), dapat dipercaya (*amanah*), dan bijaksana (*Fathanah*). Sikap terpuji itulah merupakan kunci kesuksesan Nabi Muhammad dalam berdagang, bersikap adil dan bertindak jujur merupakan prasyarat penting seseorang dalam melakukan perdagangan atau jual beli, disamping menjaga hubungan baik dan berlaku ramah tamah kepada mitra dagang serta para pelanggan.⁸

Pada Abad ke-18 hingga ke-20, terutama setelah perang dunia dua, muncul persoalan-persoalan yang berkaitan dengan penampilan fisik dan kepribadian wanita. Problem itu begitu dominan sedemikian rupa sehingga pengaruhnya meluas pada segi-segi sosial, politik, budaya dan pada kelompok masyarakat, agama dan budaya tertentu. Hingga beberapa waktu yang lampau, tipe wanita yang dianggap modern dan maju, dan terpelajar hanya diukur dari kelincahan, kemanjaan, dan kegenitan, penampilan, dari tata busana. Selera, gerak langkah, dan tindak tanduk. Ini semua merupakan persyaratan konvensional untuk menilai daya tariknya.⁹

⁸ Jusmalani, *Bisnis Berbasis Syariah*,...h.47.

⁹ Ibnu Mustafa, *Wanita Islam Menjelang tahun 2000*, cet VII, Bandung : Al-Bayan, 1995,h.45.

Menyambut krisis moral yang melanda dunia kita, masing-masing kita perlu mengoreksi diri. Apabila mau mendengarkan bisikan hati nurani saja, akan kita sadari bahwa hal-hal yang nampaknya sederhana, seperti kebajikan, kasih sayang, ketidak mementingkan diri sendiri, cinta, keikhlasan dan justru merupakan nilai-nilai paling besar berharga bagi kita . wanita juga dipandang salah satu ajang promosi atau alat promosi dalam pemasaran dan dalam menawarkan produk mereka lebih menekankan kepada penampilan fisik sebagai bahan acuan untuk menarik konsumen.¹⁰

Adapun cara dalam penjualan itu bermacam-macam, salah satunya dengan menggunakan sistem promosi. hal ini menggunakan jasa *sales promotion girls* (SPG), hal ini terdapat unsur ketidaketisan dari segi pakaian yang telah dilakukan oleh *sales promotin girls* (SPG), Sebab dengan cara tersebut pihak pembeli sulit untuk menolak dari pembelian, sehingga dia membeli rokok dengan terpaksa.

Berdasarkan Observasi peneliti yang ditemukan di lapangan masih ada sebagian pedagang yang tidak menggunakan Pemasaran syariah yang digunakan Rasulullah SAW, contohnya seorang *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok yang beragama Muslim di Kecamatan Jekan Raya memasarkan produk dengan cara yang bermacam-macam agar barang yang dijualnya laku sesuai dengan target yang diharapkannya.

Misalnya dengan menggunakan pakaian yang tidak sesuai dengan marketing syariah yang dilakukan rasulullah yaitu dengan berpakaian yang

¹⁰ Ibnu Mustafa, *Wanita Islam Menjelang tahun 2000*, cet VII, Bandung : Al-Bayan, 1995,h.45.

memperlihatkan auratnya, berdandan yang berlebihan, berbicara dengan menggunakan gaya bahasa yang mendayu-dayu dan merayu konsumen dengan melebih-lebihkan produk yang mereka jual, Wanita adalah sosok yang amat dijadikan sorotan dalam setiap kehidupan baik dandananya, pakaiannya, tingkah lakunya, sampai gerak tubuhnya semuanya menjadi bagian terpenting dari kehidupan wanita kerana semua itu mengandung unsur etika. sehingga peneliti menganggap hal tersebut tidak sesuai dengan konsep yang diajarkan Rasulullah SAW, sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam permasalahan tersebut yang dituangkan dalam sebuah karya ilmiah dengan judul: **PENAMPILAN SALES PROMOTION GIRIS (SPG) ROKOK SYARIAH DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH DI KECAMATAN JEKAN RAYA.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah diatas, adapun yang rumusan masalah peneliti yaitu :

1. Bagaimana cara *sales promotion girls* (SPG) Rokok dalam Memasarkan Produk?
2. Bagaimana penampilan *sales promotion girls* (SPG) syariah dalam perspektif marketing syariah di Kecamatan Jekan Raya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penulisan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana cara *sales promotion girls* (SPG) Rokok dalam Memasarkan Produk.
2. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana penampilan *sales promotion girls* (SPG) syariah dalam perspektif marketing syariah di Kecamatan Jekan Raya.

D. Batasan Masalah

Pembatasan masalah ialah menetapkan batasan dari masalah penelitian yang akan diteliti agar permasalahan yang diteliti menjadi jelas dan tidak keluar dari pokok permasalahan yang sebenarnya. mengingat begitu banyaknya pembahasan mengenai uraian masalah di atas, maka peneliti membahas sesuai dengan rumusan masalah diantaranya cara *sales promotion girls* (SPG) Rokok dalam Memasarkan Produk dan penampilan fisik, *sales promotion girls* (SPG) syariah dalam perspektif marketing syariah di Kecamatan Jekan Raya.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Untuk memperkaya keilmuan di lingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
 - b. Sebagai bahan pengkajian dalam bidang pemasaran syariah agar sesuai dengan syariah.
 - c. Sebagai kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu ekonomi syariah khususnya dalam pemasaran syariah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.
- b. Sebagai bahan rujukan atau relevansi mengenai pemasaran yang sesuai marketing syariah.
- c. Menjadi salah satu rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam substansi penelitian dengan melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini terdiri dari 5 bab dengan urutan rincian sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini terdapat beberapa pokok pembahasan yang dituliskan, yaitu Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

2. BAB II Kajian Pustaka

Pada bab ini berisi tentang seluruh teori penguat atau pendukung yang membentuk suatu paradigma terkait penelitian ini. Bagian dari kajian pustaka itu sendiri termasuk didalamnya penelitian terdahulu yang relevan, dasar teoritik dan kerangka berpikir.

3. BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini berisi tentang rencana atau rencana penelitian yang akan dilakukan. Adapun bagian-bagian didalamnya yaitu jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan data , serta metode pengolahan dan analisis data.

4. BAB IV Pemaparan Data

Pada bab ini akan dipaparkan data-data hasil penelitian secara rinci dan menyeluruh. Adapun data-data yang diuraikan pada bab ini adalah fakta sebenarnya dan benar-benar bersumber dari lokasi penelitian, baik itu data primer maupun data sekunder.

5. BAB V Pembahasan

Serta membahas tentang analisis dari penelitian terhadap seluruh data yang telah diperoleh dari lokasi penelitian, kemudian data tersebut dibandingkan dengan deskriptif teoritik sehingga bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan dari rumusan masalah.

6. BAB VI Penutup

Pada bab ini merupakan uraian akhir dari penelitian yang dilakukan, pada bab ini terbagi atas kesimpulan dan saran dari peneliti.