

BAB I

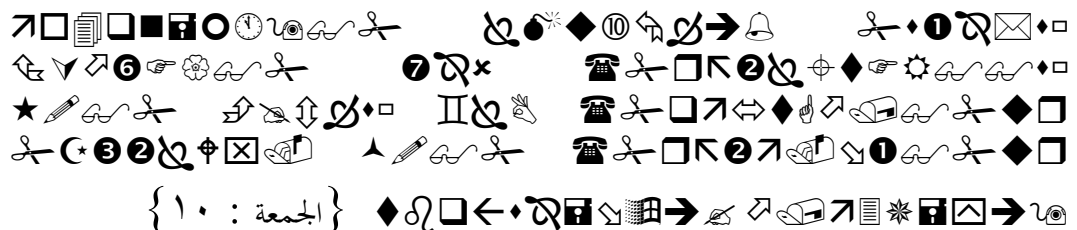
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam Islam keselamatan jiwa manusia tidak hanya terletak dalam perkembangan spiritual, tetapi juga terletak dalam kehidupan dunia atas dasar keadilan dan berkelakuan baik. Oleh karena itu, berusaha di dunia senantiasa dianjurkan baik dalam Al Qur'an maupun Hadits.

Sejarah dunia membuktikan bahwa manusia tidak pernah lepas dari pergaulan yang mengatur perhubungan manusia di dalam segala keperluannya. Maka itu agama Islam sebagai agama yang sempurna memberikan pedoman dalam cara-cara mendapatkan harta, pengembangan dan penggunaan hartanya, karena kesejahteraan masyarakat berkaitan erat dengan kesejahteraan setiap anggota masyarakat

Dalam ajaran agama Islam memberikan bantuan tentang tata cara bermasyarakat baik dalam lingkungan keluarga, tetangga maupun negara. Islam juga memberikan kebebasan kepada manusia untuk mencari karunia Allah SWT di muka bumi, sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surah al Jumu'ah ayat 10.



Artinya : *“Maka apabila telah engkau tunaikan sholat, maka bertebaranlah di muka bumi dan carilah karunia Allah dan banyak-banyaklah kamu sekalian mengingat Allah Agar kamu beruntung.”* (Q.S Al Jum’ah : 10)¹

Dari ayat tersebut sudah jelas bahwa setiap orang memiliki kebebasan untuk mencari rezeki (berusaha mendapatkan harta) dan mengembangkannya, seperti dalam bidang pertanian, perindustrian, perdagangan dan masih banyak lagi cara-cara mendapatkan harta. Akan tetapi semua itu ada batas-batas yang mengatur akan kebebasan untuk mencari rezeki, yaitu tidak boleh keluar dari syari’at Islam.

Untuk itulah Allah SWT memberikan inspirasi kepada mereka yang melakukan penukaran, perdagangan dan semuanya yang kiranya bermanfaat dengan jual beli, sehingga hidup manusia dapat berdiri sendiri dengan lurus dan mekanisme hidup ini dapat berjalan dengan baik dan produktif.² Ketika nabi Muhammad SAW diutus, pada waktu itu bangsa Arab memiliki beraneka macam perdagangan dan pertukaran, sebagian yang mereka lakukan dibenarkan oleh Nabi sepanjang tidak bertentangan dengan syari’at Islam, sedangkan sebagian dilarang Nabi karena tidak sesuai dengan syari’at Islam. Adapun larangan yang dilakukan Nabi karena disebabkan adanya beberapa sebab di antaranya :

1. Karena adanya unsur untuk melakukan perbuatan maksiat.
2. Karena adanya unsur penipuan.
3. Karena adanya unsur pemaksaan.

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT. Karya Toha Putera, 1995), h.933

² Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Islam*, Terj. Anas Sidik, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h.16.

4. Karena adanya unsur perbuatan zhalim.³
 Sebagaimana firman Allah SWT surah an Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
 تَرَاضٍ مِنْكُمْ ... {النساء : ٢٩}

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.”* (Q.S An Nisa : 29)

Dari ayat tersebut diatas menjelaskan bahwa kita (sebagai orang yang beriman) dilarang keras memakan harta sesama manusia dengan jalan bathil, yaitu kekerasan, pencurian, penipuan atau yang lainnya yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Akan tetapi kita dianjurkan untuk mencari harta yang berhubungan dengan sesama manusia yaitu dengan cara perdagangan, yang harus dilandasi atas dasar kejujuran, suka sama suka baik penjual maupun pembeli tanpa ada tekanan ataupun paksaan. Sebagaimana sabda Nabi Muhammad Saw :

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ, عَنِ النَّبِيِّ ص.م قَالَ : الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا, فَإِنْ
 صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا. وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُهَقَّتْ بَرَكَتُهُ بَيْعِهِمَا . رواه
 مسلم

Artinya : *Bersumber dari Hakim bin Hizam dari Nabi Saw beliau bersabda: Penjual dan pembeli berhak khiyar selagi mereka belum pisah. Apabila jujur dan mau menerangkan (barang yang diperjualbelikan) mereka mendapat berkah dalam jual beli mereka, kalau mereka bohong dan merahasiakan (apa-apa yang harus diterangkan tentang barang yang diperjualbelikan atau alat pembayarannya) berkahnya akan dihapus.* (HR. Muslim)⁴

³ Syech, Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Jakarta: PT. Bina Ilmu, 1993), h.348.

⁴ Adib Bisri Musthafa dkk, *Tarjamah Shahih Muslim Juz III*, (Semarang: CV. Asy Syifa, 1993) h.22.

Berdasarkan hadits diatas menjelaskan bahwa dalam jual beli itu boleh melakukan perjanjian atau penawaran bagi pembeli, sedangkan bagi penjual harus menjelaskan akan barang yang diperjual belikan sehingga terjadinya transparansi antara penjual dan pembeli, sehingga pembeli tidak merasa dirugikan.

Karena perdagangan dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan semata tetapi juga dihubungkan dengan nilai-nilai moral, sehingga kita tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperdulikan keadaan pembeli, dan negara punya hak sepenuhnya untuk mengekang setiap transaksi bisnis dan praktek apa saja yang berusaha untuk menarik keuntungan dari seluruh kebutuhan atau penderitaan rakyat miskin.⁵ Meletakkan peraturan-peraturan mengenai kegiatan perdagangan yang dijamin baik, maka harus dilakukan sehingga perdagangan dapat dilakukan dengan jujur, tepat dan bermanfaat. Sabda Nabi Saw yang artinya : “*Pedagang jujur adalah bersama Nabi dan orang-orang jujur dan para syuhada (Tirmidzi 12 : 4)*.”⁶

Kegiatan-kegiatan perdagangan yang biasanya terjadi adalah memproduksi, memasarkan, bekerja, mempekerjakan, tukar-menukar, jual beli, dan interaksi manusia dengan manusia lainnya dengan tujuan atau maksud mencari keuntungan, yang semua kegiatan itu sah menurut Islam, akan tetapi harus berkesesuaian dengan jiwa Islami. Salah satu kegiatan dalam perdagangan adalah melakukan penawaran atau yang biasa disebut dengan melakukan

⁵ Muhammad Abdul Manan, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf, 1993), h.289.

⁶ *Op cit*, Syech Yusuf Qardhawi, h 350

pemasaran, untuk membangun jaringan pemasaran bagi suatu produk harus melalui lima unsur :

1. Menggunakan komunikasi mulut ke mulut.
2. Membina infrastruktur.
3. Mengembangkan hubungan strategis.
4. Menjual kepada pembeli-pembeli yang tepat.
5. Bergaul dengan media massa.⁷

Melakukan kegiatan pemasaran tentu memiliki strategi-strategi, agar pemasaran yang dilakukan dapat berhasil dan tingkat penjualan meningkat, dalam dunia perdagangan sekarang ini persaingan begitu pesat apalagi dalam hal strategi pemasaran produk (barang dagangan) tumbuh dengan subur tanpa ada hambatan. Pedagang dapat memasarkan produk mereka menggunakan lima unsur tersebut tanpa berurutan, mereka langsung memakai unsur yang kelima yaitu *bergaul dengan media massa* adalah urutan yang pertama yaitu dengan cara mempromosikan produk mereka.⁸ Bahkan promosi produk lewat media massa khususnya televisi telah menjamur ditengah masyarakat dengan berbagai semboyan atau slogan khas tertentu yang menonjol pada sebuah produk, tidak sedikit masyarakat yang merasa terkecoh dengan slogan promosi tersebut, sehingga terkadang prinsip-prinsip dasar Islam terlupakan yaitu suatu norma luhur dari keterusterangan, ketepatan janji dan kejujuran. banyak dari cacat-cacat pasaran sekarang akan disisihkan.⁹

⁷ Reggis Mc.Kenna, *Kiat Pemasaran Menghadapi Pasar Tak Menentu*, Alih bahasa Bambang Hartono (Jakarta: PT Pustaka Binama Pressindo, 1996), h.65.

⁸ *Ibid*, h.66.

⁹ Abdullah Siddik al-Haji, *Inti Dasar Hukum Dagang Islam*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1993).

Sebagaimana kita lihat pada saat ini bagaimana persaingan pemasaran produk melalui media televisi begitu pesat, dan pada umumnya mereka memuji barang mereka agar laku dipasaran dan menutup celanya, sehingga konsumen tertarik dengan pujian-pujian dari produk tersebut. Hal ini dikhawatirkan nantinya ada unsur penipuan, Sabda Nabi Muhammad Saw:

عن ابن هريرة رضي الله عنه قال : نَهَى النبي صلى الله عليه و سلم عن بَيْع الحَصَاة وبيع الغرار . رواه مسلم

Artinya : *“Dari Abu Hurairah Ra berkata : Nabi Saw melarang jual beli lempar batu dan jual beli yang mengandung unsur penipuan.”* HR. Muslim.¹⁰

Berdasarkan hadits diatas menerangkan bahwa apabila dalam jual beli itu terdapat unsur penipuan, baik pembeli ataupun penjual yang melakukan penipuan maka jual beli tersebut dilarang oleh Nabi Muhammad Saw.

Perkembangan strategi pemasaran dengan pemakaian alat-alat promosi canggih yang dipakai oleh para produsen dalam memasarkan produk, mengakibatkan ketidak mampuan konsumen dalam menyeleksi informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipromosikan¹¹

Salah satu promosi yang melalui alat-alat canggih yaitu promosi melalui media televisi, yang mana para produsen berpromosi dengan cara membuat pesan-pesan tertentu berbentuk slogan-slogan yang menjadi khas sebuah produk. Konsumen yang menerima pesan hanya ingin mendengar/melihat/membaca apa

¹⁰ Muslim bin al-Hajaj, *Shahih Muslim*, (Beirut: Dar al Fikr, 1994), h.155.

¹¹ Muh. Dan Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), c.I h.2

yang sesuai dengan pikirannya dan sistem kepercayaannya. Kadang-kadang individu memberikan kesimpulan dan tambahan sendiri tentang suatu pesan. Misalnya, ketika kita sangat mempercayai Toyota Kijang mempunyai keunggulan sehingga ketika saat melihat *statement*, “Kijang; Tiada duanya”. Akan tetapi muncul lagi *statement*, “Mitsubishi; yang terbaik”.¹².

Strategi lain yang produsen pakai dalam mempromosikan produk melalui media televisi ini adalah mereka menggunakan seorang *public figur* yaitu wanita-wanita cantik untuk mengiklankan produk mereka, terkadang mereka tidak memandang aspek-aspek dari hukum Islam, salah satu contohnya dari segi pakaian orang yang mempromosikan produk, yang mana pakaian mereka biasanya tidak sesuai dengan nilai – nilai Islam. Karena konsumen hanya mau memperhatikan hal-hal yang menarik saja. Bagi si individu, untuk memperhatikan sesuatu hal yang biasa-biasa saja merupakan sesuatu yang *mubazir*. Sementara itu sebaliknya, bila sesuatu itu sangat menarik, khas, unik, dahsyat, ia akan merasa sayang untuk mengabaikannya. Sebagaimana kita rasakan dan kita lihat pada layar kaca televisi kita, berapa banyak iklan yang disiarkan dalam satu hari satu malam, yang semuanya menampilkan berbagai macam cara untuk menarik dan minat para konsumen. Karena bagi banyak penonton, siaran televisi merupakan suatu standar kaca perbandingan yang sangat dipercaya. Apa yang keluar dari televisi mereka pandang sebagai sesuatu yang benar adanya.¹³ Dari strategi-strategi seperti ini memungkinkan konsumen termotivasi untuk membeli produk tersebut. Memang pada kenyataannya calon pembeli tidak

¹² Jalaluddin Rakhmat, *Catatan Kang Jalal, Visi Media, Politik Dan Pendidikan*, (Bandung: PT.Rosda, 1997), h.15.

¹³ Soewandi Idris, *Jurnalistik Televisi*, (Bandung: CV. Remadja Karya, 1987), h.145.

dipaksakan untuk membeli produk tersebut, namun sadar atau tidak mereka sebenarnya dipengaruhi untuk membeli produk tersebut..

Dengan tayangan iklan tentu saja membawa dampak bagi masyarakat tidak terkecuali masyarakat kecamatan Banjarbaru Utara kota Banjarbaru, dampak dari iklan tersebut tentu masyarakat yang menyaksikan tayangan tersebut tertarik untuk mencoba/membeli produk tertentu yang ditawarkan, selain itu juga terdapat permasalahan-permasalahan seperti isi pesan iklan tidak sesuai dengan yang dialami oleh masyarakat.

Banyaknya permasalahan yang dialami konsumen dalam jual beli merupakan sebuah permasalahan yang menuntut penyelesaian atau setidaknya solusi yang mampu membawa konsumen kepada keadaan yang memungkinkan mereka untuk tidak menjadi sasaran eksploitasi oleh pihak produsen. Karena dalam kegiatan pasar, pelaku usaha dan konsumen sama-sama mempunyai kepentingan dan kebutuhan. Kepentingan produsen memperoleh laba dan kepentingan konsumen memperoleh kepuasan.

Permasalahan diatas hanyalah beberapa keadaan yang terjadi dalam sistem pemasaran pada ekonomi modern sekarang ini. Dari kenyataan ini maka membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana cara mempromosikan produk dalam hukum Islam melalui media televisi. Hasil penelitian ini nantinya akan penulis tuangkan dalam sebuah karya ilmiah dengan judul, **“Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Televisi dan Permasalahannya di Kecamatan Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru”**.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dikemukakan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk melalui media televesi dan permasalahannya di Kecamatan Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru ?
2. Bagaimana pandangan Islam tentang strategi pemasaran produk melalui media televesi dan permasalahannya di Kecamatan Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk melalui media televesi dan permasalahannya di Kecamatan Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru.
2. Untuk mengetahui pandangan Islam tentang strategi pemasaran produk melalui media televisi dan permasalahannya di Kecamatan Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai :

1. Sumbangan pemikiran dalam rangka memperkaya khazanah pengembangan dan penalaran pengetahuan bidang hukum bagi perpustakaan IAIN Antasari pada umumnya dan Fakultas Syari'ah khususnya.

2. Bahan informasi bagi mereka yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut pada permasalahan yang sama dari sudut pandang berbeda.
3. Bahan wawasan ilmu pengetahuan, bukan hanya para mahasiswa akan tetapi masyarakat umum bisa membacanya.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka diperlukan penjelasan batasan dalam penafsiran judul yang dimaksud, yakni sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran adalah cara atau kegiatan atau perilaku yang dilakukan oleh produsen untuk dapat memasarkan produk mereka kepada konsumen. Adapun yang penulis maksud dengan strategi pemasaran disini ialah berupa promosi atau iklan produk.
2. Produk adalah Suatu benda dengan kombinasi sifat yang memberi benda itu daya tarik bagi pelanggan seperti gaya, rancangan dan manfaat.¹⁴ Sedangkan yang dimaksud penulis produk disini dalam bentuk barang
3. Media televisi adalah Sarana yang dipergunakan sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan berupa penyajian dan bisa dilihat dengan mata.¹⁵

¹⁴ Amin Widjaja Tunggal, *Kamus Bisnis dan Manajemen*, (Jakarta: PT. Renika Cipta, 1995), h.67.

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 1989), h.220.

F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini penulis telah mengkaji beberapa skripsi-skripsi yang ada kaitannya dengan masalah yang akan penulis teliti diantaranya skripsi yang ada kaitannya dengan judul yang akan penulis teliti adalah skripsi :

1. Skripsi Dani Rahman dengan nomor induk mahasiswa 001143732 yang membahas mengenai masalah perlindungan konsumen dari sistem pemasaran yang kurang terbuka atau akibat dari sistem pemasaran yang kurang fair, sehingga konsumen mendapatkan kerugian.
2. Skripsi Sunarto dengan nomor induk mahasiswa 9901143051 dengan judul *Jual Beli Dengan Cara Najasy di Pasar Buntok*, yang isinya membahas masalah perilaku pedagang kaki lima yang menjual berbagai jenis pakaian, obat-obatan, perhiasan dll. Para pedagang menjual barang mereka dengan berbagai macam cara akan tetapi apabila si pembeli merasa tertipu dan mengembalikan barang tersebut pedagangnya sudah tidak ada, walaupun ada pedagangnya tidak mau barangnya dikembalikan karena para pedagang berasumsi barang yang sudah dibeli tidak bisa lagi dikembalikan sehingga terjadilah persengketaan. Hal ini jelas terjadi penipuan dalam jual beli tersebut.
3. Buku karangan Jalaluddin Rakhmat yang berjudul *catatan kang jalal, visi media, politik dan pendidikan*. Yang menjelaskan bagaimana pesatnya iklan dalam media televisi sampai-sampai acara dakwah pun diselengi iklan, karena dalam buku tersebut menjelaskan bahwa iklan tersebut adalah jantungnya televisi dan televisi itu adalah sarangnya bagi para

produsen untuk mempromosikan produk sehingga stasiun televisi tersebut dijadikan bisnis.

4. Skripsi Irawati Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin NIM 0201145096 dengan judul Etika Periklanan (Studi kasus Terhadap Beberapa Iklan di Media Cetak). Yang mana membahas masalah etika periklanan yang ada di media cetak, baik itu di majalah maupun surat kabar yang mana menyuguhkan berbagai macam tulisan untuk memikat calon pembeli.
5. Skripsi Mariati Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin NIM 0201145160 dengan judul Perlindungan Konsumen Dalam Tayangan Iklan Pada Media Elektronik Dalam Perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. Yang mana Skripsi tersebut membahas mengenai perlindungan seorang konsumen dari sistem-sistem periklanan yang merugikan salah satu pihak, yang di tinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

Dari skripsi nomor 4 dan 5 tersebut penulis berpendapat adanya perbedaan dari judul yang akan penulis teliti, yaitu dari Skripsi Saudari Irawati menjelaskan tentang Etika periklanan melalui media cetak dengan berupa tulisan. Sedangkan yang penulis akan teliti adalah strategi pemasaran pada sebuah media televisi. Sedangkan Skripsi Saudari Mariati membahas mengenai perlindungan konsumen dalam tayangan iklan dalam perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, perbedaan dengan judul yang akan penulis teliti adalah penulis ingin membahas masalah strategi pemasaran yang dilakukan para produsen melalui media televisi yang ditinjau dari hukum Islam.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini nantinya akan dibagi dalam lima bab, yaitu :

Bab I. Pendahuluan memuat : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori tentang strategi pemasaran, memuat : strategi pemasaran, promosi dan periklanan, dan pemasaran dalam Islam.

Bab III Metode Penelitian memuat tentang jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data serta tahapan penelitian.

Bab IV Laporan Hasil Penelitian memuat tentang deskripsi kasus perkasus, rekapitulasi data dalam bentuk matrik dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.