BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama fitrah, yang sesuai dengan sifat dasar manusia (*human nature*). Salah satu sifat dasar manusia adalah keinginan untuk hidup dengan layak dan nyaman, sehingga diperlukan berbagai macam cara, diantaranya melalui kegiatan ekonomi, yang mana tidak terlepas dari apa yang diajarkan dalam Islam. Oleh karena itu sebagai seorang muslim sudah seharusnya melakukan aktivitas ekonomi dan bisnisnya berdasarkan aturan-aturan dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Prinsip ekonomi dalam Islam merupakan kaidah-kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi Islam yang digali dari Al-Qur'an dan sunnah.Prinsip ekonomi ini sebagai pedoman dasar bagi setiap individu dalam berprilaku ekonomi.[1]

Manusia adalah makhluk Allah yang bersifat sosial, saling bergantung satu sama lain dan saling membantu. Manusia mempunyai hubungan vertikal kepada Allah Swt (hablum minallah), dan hubungan horizontal kepada manusia (hablumminannās). Hubungan horizontal dalam istilah fikih disebut dengan muamalah. Muamalah adalah hubungan manusia dengan manusia dalam usahanya untuk mendapatkan alat-alat keperluan jasmaninya dengan cara yang paling baik.[2]

---

[1]Mukorin Misanam,*Ekonomi Islam*(Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), hlm. 7.

[2] Rahmat Syafi'i, *Fikih Muamalah*(Bandung: Pustaka Setia, 2000),hlm. 15.

Muamalah secara harfiah berarti pergaulan atau hubungan antar manusia, muamalah berarti perbuatan atau pergaulan manusia diluar ibadah.Muamalah merupakan perbuatan manusia dalam menjalin hubungan atau pergaulan manusia dengan Tuhan.[3]Ketika nabi Muhammad SAW diutus bangsa arab telah memiliki aneka bentuk transaksi jual beli dan barter. Nabi menetapkan sebagiannya, yang tidak bertolak belakang dengan prinsip-prinsip syariah, dan melarang sebagian lain yang tidak sesuai dengan tujuan dan misinya.[4] Jual beli merupakan salah satu pemilikan harta yang sah/halal diatur dalam Islam, sebagaimana firman AllahSWT padaQ.S. Al-Baqarah/2: 275.

...ٱلرِّبَوٰاْ وَحَرَّمَ ٱلۡبَيۡعَ ٱللَّهُ وَأَحَلَّ ...﴿٢٧٥﴾

"Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."[5]

Bisnis dengan segala macam bentuknya terjadi dalam kehidupan sehari-hari.Bisnis adalah suatu organisasi yang mendistribusikan barang/jasa untuk tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan keinginan konsumen.[6]Bisnis merupakan suatu kegiatan *profit making*, dasar pemikirannya adalah bahwa orang yang terjun kedunia bisnis tidak punya keinginan dan tujuan lain selain mencari laba. Setiap

---

[3] Ghufron A. Mas'udi,*Fikih Muamalah Kontekstual*(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 1.

[4] Syekh Muhammad YusufQardawi, *Halal dan Haram dalam Islam*(Surabaya: Bina Ilmu, 2004), hlm. 351.

[5]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2005), hlm. 47

[6] Karebet, *Menggagas Bisnis Islami*(Jakarta: Gema Insani Press, 2002),hlm. 15.

perusahan dalam menjalankan operasinya selalu berusaha untuk mencapai laba maksimum, sedangkan besarnya laba sangat tergantung pada banyaknya hasil penjualan.

Pemasaran dalam bisnis adalah sebuah konsep yang dimunculkan untuk Kerasnya persaingan dunia bisnis mau tidak mau memaksa seorang pemasar untuk bersikap kreatif dan inovatif dalam memberikan produk baru dan benar-benar berbeda.Sebab untuk mendapatkan pelanggan, menarik dan membujuknya untuk membeli produk yang ditawarkan, banyak penelitian yang menyebutkanya bahwa biaya dan usaha mendapatkan konsumen baru jauh lebih besar daripada mempertahankannya.

Proses pemasaran menjadi bagian penting dalam menawarkan barang dagangannya kepada calon pembeli, apabila seorang pengusaha mempunyai strategi pemasaran sangat diperlukan dalam bisnis, begitu juga bisnis syariah, sepanjang strategi pemasaran tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakaukan cara-cara yang bathil, tidak melakukan penipuan dan kebohongan, dan tidak mendzalimi pihak lain. Islam mengajarkan strategi pemasaran yang bernuansa islami, diantarannya seorang muslim dalam melakukan promosi haruslah bersifat jujur seperti dalam Q.S An-Nisā’/4:29.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

> "Hai orang-orang yang beriman, jaganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu.Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."[7]

Pada ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pemasaran khususnya dalam melakukan promosi hendaknya berlaku jujur dan menghindari segala kecurangan sehingga tidak ada pihak merasa dirugikan peranan utama promosi adalah untuk mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk,yang merupakan suatu proses komunikasi dari penyampaian atau berita tentang produk atau barang atau jasa dari penjual kepada para pembeli.

Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan.Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.Salah satu tujuan promosi perusahan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumennya yang baru.Paling tidak ada empat macamsarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan dan mempromosikan baik produk maupun jasanya.Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.[8]

Untuk itu setiap wirausaha dituntut untuk memilih dan menetapkan strategi promosi yag tepat agar menang bersaing. strategi promosi yang tepat akan mengasilkan identitas yang baik pula.

---

[7]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2005), hlm. 12.

[8]Kasmir dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis Edisi II* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2004), hlm.58.

Sekarang banyak bermunculan dan berkembang bisnis dan usaha yang bergerak dibidang jual beli, beragam cara yang ditawarkan untuk menarik minat masyarakat agar membeli produk yang mereka tawarkan. Dengan kata lain perusahaan-perusahan jual beli selalu berkompetisi dalam hal memberikan kualitas maupun kuantitas dari produk-produk yang mereka tawarkan.

Seiring dengan berkembang pesatnya berbagai jenis usaha di Martapura Lama Kecamatan Sungai Tabuk, maka salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jual beli ikut berlomba-lomba dalam meraih konsumen, dengan cara meningkatkan keunggulan daya saing dan memperluas pemasaran, berbagai cara promosi penjualan pun ditawarkan untuk memasarkan produk mereka.

Salah satu usaha jual beli yang ramai dan banyak diminati para wirausaha untuk menjalankan usahanya yaitu jual beli pulsa, karena usaha ini tidak memerlukan banyak modal tetapi besar keuntungannya jika bisa mengelolanya dengan baik dan benar. Tidak jarang orang yang jual beli pulsa ini susah ditemukan karena pulsa ini sangat banyak diminati oleh konsumen dan para pedagang pun mulai banyak yang bergelut dalam usaha ini.Seperti usaha Yully Ponsel, awal mulanya bisnis ini berdiri pada tahun 2007 bertempat diMartapura Lama KM 13 RT. 03 Kecamatan Sungai Tabuk.Yully Ponsel adalahsalah satu usaha bisnis penjualan pulsa yang mana pulsa itu sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan bagi setiap orang yang memiliki *handphone* untuk dapat berkomunikasi dengan baik. Selain itu juga Yully Ponsel menyediakan perlengkapan seperti aksesoris, aplikasi telpon seluler, jual kuota dan kelengkapan lainnya.

Dalam perjalanan bisnisnya sering terhambat berbagai masalah mulai dari, sarana dan prasarana yang kurang memadai hingga sampai omset yang masih sedikit.Namun hal itu tidak membuat pemilik Yully Posel patah arang dan putus asa.Dengan semangat pantang menyerah dan senantiasa bekerja keras lama-kelamaan Yully Ponsel berkembang. Dalam menarik minat konsumennya Yully Ponsel ini mempunyai strategi yang berbeda daripada yang lain, strategi yang digunakan Yully Ponsel dalam menarik minat konsumennya yaitu strategi promosi berbentuk sebuah kupon hadiah.

Selama promosi itu tidak membodohi, membohongi ataupun merugikan pembeli maka promosi itu sah-sah saja. Sebagaimana Firman Allah dalam Q.S. Al-Anfāl/8: 58.

وَإِمَّا تَخَافَنَّ مِن قَوْمٍ خِيَانَةً فَانبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَىٰ سَوَاءٍ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْخَائِنِينَ ﴿٥٨﴾

> "Dan jika kamu khawatir akan terjadinya pengkhianatan dari suatu golongan, maka kembalikan lah perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat."[9]

Ayat tersebut menegaskan bahwa kejujuran adalah faktor yang sangat penting dalam membuka usaha.Tidak memberikan promosi palsu atau membohongi konsumen dalam hal menjelaskan/memperkenalkan produk yang ditawarkan.

Berdasarkan pengamatan penulis usaha Yully Ponsel dapat dikatakan sebagai tempat favorit bagi konsumen untuk berinteraksi disana, padahal disekitarnya

---

[9]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2005), hlm. 184.

terdapat banyak usaha yang sejenis.Yully Ponsel berhasil menarik minat konsumen yang dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah pelangganyang datang ke toko Yully Ponsel dalam sehari 300 sampai 400 orang bahkan lebih hal inilah yang dapat meningkatkan jumlah penjualan pulsa terus naik secara signifikan,jika dibandingkan dengan bisnis yang serupa ditempat tersebut, maka omset yang didapat Yully Ponsel dalam penjualan pulsa sehari Rp 5000.000,-. Aset yang diperoleh dari penjualan paket internet (Kuota) dari pihak indosat mengadakan program bonus hadiah untuk meramaikan ponsel sebesar Rp 80 juta perbulan, bonus untuk masuk kesaldo sebesar Rp 12 juta bertahap selama 30 hari, adapun aset yang diperoleh dari penjualan aksesoris sebesar Rp 80 juta perbulan, 1 *Handphone*dan TV 32 Inch sedangkan ponsel disampingnya yaitu Ponsel M.Hasan sekitar Rp 3000.000,-.

Dari masalah tersebut penulis tertarik ingin meneliti lebih dalam lagi tentang strategi promosi yang diterapkan oleh usaha Yully Ponsel dalam meningkatkan penjualan pulsa.Kemudian penulis tuangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi dengan mengangkat judul:**“STRATEGI PROMOSI YULLY PONSEL DI KECAMATAN SUNGAI TABUK”.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana strategi promosi yang digunakan Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk?
2. Bagaimana pandanganekonomi Islam mengenai strategi promosi Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk?

C. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah diatas, tujuan diadakan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang digunakan Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk.
2. Untuk mengetahuibagaimana pandangan ekonomi Islam mengenai strategi promosi Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk..

D. Signifikansi Penelitian

Adapun signifikansi dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti: untuk mengetahui lebih dalam lagi bagaimana strategi promosiyang digunakan Yully Ponsel di kecamatan sungai tabuk.
2. Bahan informasi secara ilmiah bagi mereka yang akan mengadakan penelitian yang lebih mendalam berkenaan dengan permasalahan ini.

3. Sebagai kontribusi pengetahuan dalam menambah keilmuan dalam perpustakaan UIN Antasari, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami maksud penelitian ini, maka perlu diberikan pengertian dan penjelasan dalam bentuk definisi operasional sebagai berikut:

1. Strategi: Strategi ialah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaiamana agar tujuan tersebut dapat dicapai.[10]Strategi yang dimaksud penulis disini adalah cara Yully Ponseldalam memasarkan produknya dengan menggunakan salah satu dari strategi bauran pemasaran yaitu lebih menekankan kepada harganya.
2. Promosi: Promosi adalah kegiatan dari pemasaran dalam rangka untuk menginformasikan dan mendorong permintaan konsumen terhadap produk atau jasa dari suatu perusahaan dengan mempengaruhi konsumen supaya membeli produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan. Promosi yang dimaksud disini adalah usaha yang dilakukan oleh Yully Ponsel untuk menginformasikan serta merayu calon pembeli dengan menggunakansalah

[10]Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen strategik* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 16.

satu alat dari strategibauran promosi yaitu lebih menekankan kepada promosipenjualannya.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan penalaah terhadap beberapa penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan masalah promosi, maka telah ditemukan penelitian sebelumnya yang juga mengkaji hal yang sama namun dalam substansi yang berbeda.

1. Penelitian Masrinah (1101150113) dengan judul skripsi "Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan Kota Citra Graha"[11] skripsi ini membahas tentang strategi promosi yang dilakukan oleh pihak *marketing* perumahan kota citra graha berhasil meningkatkan jumlah penjualan perumahan. Hal ini terlihat dari tabel penjualan perbulan dari tahun 2012 sampai 2014. Strategi yang digunakan strategi khusus *property plus focus* yang membawa dampak positif terhadap strategi promosi yang digunakan oleh pihak *marketing* perumahan. Strategi promosi yang dilakukan oleh pihak *marketing*perumahan kota citra graha sesuai dengan prinsip-prinsi syariah, dilakukan dengan jujur dan tidak mengandung *najasy*.

   Perbedaan penelitian yang penulis lakukan terletak pada subjek penelitian. Apabila skripsi diatas perbedaan dengan tentang strategi promosi dalam meningkatkan penjualan perumahan kota citra graha. Sedangkan, penulis

[11]Masrinah,"Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan Kota Citra Graha" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, 2015).

meneliti tentang strategi promosi Yully Ponsel di kecamatan sungai tabuk.Hal ini terlihat dari omset yang didapat perbulan.Strategi yang digunakan berbentuk sebuah kupon yang membawa dampak positif dalam meningkatkan penjualan.Strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Yully Ponsel sesuai dengan strategi pemasaran bernuansa Islami dalam melakukan promosi haruslah bersifat jujur dan menghindari segala kecurangan sehingga tidak ada pihak merasa dirugikan.Persamaanya terletak pada objek penelitian yakni sama-sama meneliti untuk meningkatkan jumlah penjualan.

2. Penelitian Husnah (0501156849) dengan judul skripsi "Kebijakan Promosi dalam Upaya Meningkatkan VolumePenjualan pada PT. Delta Abadisentosa Banjarmasin"[12]skripsi ini membahas tentang kebijakan promosi yang digunakan PT. Delta Abadisentosa belum efektif, masih ada media periklanan yang tidak perusahaan terapkan lagi bahkan belim digunakan, seperti televisi, radio, internet, elektronik *shoping* dan iklan bergerak. Perusahaan menggunakan media promosi periklanan, promosi penjualan, penjualan langsung (*personal selling*) dan hubungan masyarakat (*publisitas*) yang lebih mereka tekankan pada *branding merk* dan *imeg*, kebijakan promosi yang perusahaan terapkan berdampak terhadap penjualan setiap tahunnya, sedangkan dari pandangan Ekonomi Islam, promosi yang

[12]Husnah ,"Kebijakan Promosi dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Delta Abadisentosa Banjarmasin" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, 2015).

perusahaan terapkan transparan tidak ada yang bertentangan dengan aturan Islam dan bebas dari unsur membodohi.

Perbedaan dengan penelitian yang penulis dengan penelitian Husnah manyatakan bahwa kebijakan promosi yang dilakukan menggunakan periklanan, promosi penjualan, penjualan langsung (*personal selling*) dan hubungan masyarakat (*publisitas*) yang lebih mereka tekankan pada *branding merk* dan *imeg* sedangkan pada penelitian yang penulis teliti menggunakan strategi promosi penjualan, yang mereka tekankan disini promosi berbentuk sebuah kupon hadiah.Strategi promosi yang digunakan perusahaan berdampak positif terhadap penjualan setiap tahunnya, Strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Yully Ponselsesuai dengan prinsip-prinsip syariah, dilakukan dengan jujur dan bebas dari unsur membodohi.Persamaannya terletak pada peningkatkan hasil penjualan setiap tahunnya.

3. Penelitian Latifah Wardah (0601157373) dengan judul skripsi "Strategi Promosi Perumahan PT. Cakra Buana Abadi di Desa Semangat dalam Kabupaten Barito Kuala"[13]skripsi ini membahas tentang strategi promosi yang digunakan oleh PT Cakra Buana Abadi berupa periklanan, promosi, penjualan, publisitas dan penjualan pribadi. Alat promosi yang terlihat

[13]Latifah Wardah,"Strategi Promosi Perumahan PT.Cakra Buana Abadi di Desa Semangat dalam Kabupaten Barito Kuala " (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, 2010).

berdampak digunakana PT Cakra Buana Abadi untuk menarik nasabah adalah dengan cara*personal selling* dan *sales promotion*. Faktor-faktor yang digunakan PT Cakra Buana Abadi dalam memilih media promosi adalah pememilih media promosi yang sesuai dengan anggaran perusahaan dan pemilihan media promosi yang banyak digunakan oleh masyarakat. Sedangkan dari tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi promosi yang digunakan oleh PT Cakra Buana Abadi melalui media promosi sesuai dengan tinjauan ekonomi Islam, di mana Islam mengajarkan agar seorang pelaku usaha harus berbuat jujur dan melarang berbohong terhadap barang dagangannya. Perbedaan penelitian Latifah Wardah dengan penelitian yang nanti akan penulis buat adalah dimana penelitian Latifah Wardah meneliti tentang Strategi Promosi Perumahan PT. Cakra Buana Abadi di Desa Semangat dalam Kabupaten Barito Kuala sedangkan penelitian yang nanti dibuat adalah tentang strategi promosi Yully Ponsel di Kecamatan Sungai Tabuk. Jelas berbeda dengan penelitian yang penulis teliti dimana alat promosi yang digunakan yully ponsel ini yaitu promosi penjualan berbentuk sebuah kupon hadiah. Persamaanya terletak pada objek penelitian, yakni sama-sama meneliti untuk meningkatkan hasil penjualan/pendapatan.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah mencari laporan penelitian ini perlu adanya sistematika penulisan. Skripsi ini terbagi dalam lima bab yang tersusun secara sistematis, tiap-

tiap bab memuat pembahasan yang berbeda-beda, tetapi merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan, secara sitematika penulisan skripsi ini berisi lima bab adalah sebagai berikut:

Bab I merupakan Pendahuluan, yang didalamnya berisikan latar belakang masalah yang dipaparkan oleh penulis untuk meneliti masalah tersebut yang kemudian dituangkan dalam sebuah skripsi, kemudian untuk memberi informasi mengenai masalah yang diangkat maka dibuatlah rumusan masalah. Adapun hasil penelitian yang akan dicapai dalam penulisan skripsi ini kemudian dituangkan dalam tujuan penelitian, setelah memberikan penjelasan tentang pengertian yang terkandung dalam judul penelitian maka dibuatlah definisi operasional. Bab ini juga memuat signifikasi penelitian yang berguna untuk memaparkan tentang kegunaan skripsi ini baik secara teori maupun praktik, dan untuk memaparkan secara sistematis, logis dan terarah mengenai bagian-bagian atau komponen-komponen materi yang disusun maka dibuatlah sistematika penulisan.

Bab II Landasan teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh, berisikanStrategi Promosi, Bauran Promosi, Tujuan Pelaksanaan Promosi dan Pemasaran dalam Perspektif Islam dan Promosi dalam Perspektif Syariah.

Bab III Metode penelitian yaitu menguraikan lebih secara singkat mengenai objek penelitian dan metode yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini, seperti jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data.

Bab IV Penyajian datadan laporan penelitian, dalam bab ini semua laporan penelitian disajikan dan analisanya berhubungan langsung dengan rumusan masalah, yaitu tentang hasil dan analisa data serta jawaban atas rumusan masalah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini.

Bab V Penutup dari penelitian yang dilakukan, terdiri dari simpulan dan saran. Hal ini dimaksudkan sebagai penegasan terhadap jawaban atas permasalahan yang telah dipaparkan.Setelah itu penulis memberikan saran-saran berdasarkan kesimpulan tersebut sebagai bahan rekomendasi kepada pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan ini.Pada akhirnya penulisan skripsi ini dilengkapi dengan daftar pustaka sebagai bahan rujukan.