

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM STRATEGI
PEMASARAN
(Studi Kasus Sektor Penjualan Pakaian di Pasar Beringharjo
Yogyakarta)**

**THE APPLICATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHIC IN THE
MARKETING STRATEGIC
(A Case Study Of The Clothing Sales Sector In The Beringharjo
Market)**

Nistriannisa Latifa dan Syakir Jamaluddin, S.Ag., M.A.

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Lingkar Selatan
Tamanatirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55813*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas penerapan etika bisnis Islam pada para pedagang pasar Beringharjo dalam strategi pemasarannya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti mengumpulkan data melalui teknik observasi (pengamatan), wawancara dan dokumentasi. Pelaksanaan teknik pemeriksaan keabsahan data didasarkan atas kriteria tertentu yaitu uji derajat kepercayaan (credibility), uji keteralihan (transferability), uji kebergantungan (dependability), dan uji kepastian (confirmability).

Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa para pedagang pasar Beringharjo telah menerapkan etika bisnis Islam dalam strategi pemasarannya. Hal tersebut dapat dilihat dari cara pedagang melayani para konsumen dengan baik, menjaga keramahan, senantiasa berkata jujur, memiliki rasa tanggung jawab yang besar jika terjadi kecacatan dalam barang yang diperjual belikannya dan dalam bertransaksi semata-mata tidak hanya untuk mencari keuntungan namun juga mencari ridho Allah. Selain itu para pedagang juga selalu mendapatkan siraman rohani setiap minggunya dari pihak pengelola pasar, hal tersebut untuk membantu para pedagang agar selalu mempertahankan syariah Islam dalam setiap transaksinya.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

This study aims to discuss the application of Islamic business ethics to Beringharjo market traders in their marketing strategies. The type of research used is field research with a descriptive qualitative research approach. The researcher collects data through observation, interview and documentation techniques. The implementation of data validity checking techniques is based on certain criteria, namely the test of credibility, transferability, dependability, and confirmability.

From this research it can be seen that the market traders of Beringharjo have applied Islamic business ethics in their marketing strategies. It can be chosen from the way the merchants serve consumers well, maintaining friendliness, always telling the truth, having a great sense of responsibility in the event of disability in the goods being bought and transacting solely not only for profit but also seeking God's blessing . In addition, traders also always get a spiritual shower every week from the market manager, this is to help traders to always maintain the Islamic Shariah in each transaction.

Keywords: Islamic Business Ethics, Marketing Strategy.

PENDAHULUAN

Islam telah mengajarkan bahwa dalam aktifitas jual beli tidak dapat lepas dari nilai-nilai dasar yang telah ditetapkan dalam Al-Quran dan hadis. Ekonomi Islam juga membahas tentang bagaimana manusia memperoleh dan mengatur harta material dan non material dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya baik secara individual maupun kolektif yang menyangkut pendapatan, pendistribusian ataupun penggunaan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Hanya saja jika dalam ekonomi Islam segala kegiatan tersebut haruslah berdasarkan pada norma dan aturan yang telah ditetapkan dalam Al-Quran dan hadis serta ajaran Islam lainnya.

Terdapat suatu masalah atau keresahan yang mulai timbul dalam kegiatan jual beli yang biasa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari seperti sudahkah sesuai dengan yang telah diatur dalam Islam. Tidak sedikit yang sudah meninggalkan nilai-nilai atau etika Islam hanya untuk mencari keuntungan yang besar. Termasuk juga dalam melakukan aktivitas ekonomi, sudah seharusnya nilai-nilai Islam menjadi landasan utamanya. Siapa yang akan bermuamalah diperbolehkan, kecuali yang dilarang. Dengan adanya hal tersebut memberi ruang yang luas untuk bertindak bagi umat Islam untuk melakukan aktifitas ekonominya untuk meningkatkan taraf hidupnya.

Islam menghalalkan segala kegiatan jual beli termasuk juga bisnis. Namun di dalamnya terdapat berbagai aturan yang harus ditaati oleh seorang muslim yang berkecimpung di dunia bisnis agar nantinya bisnis yang dijalankan akan lebih maju dan berkembang serta mendapat keberkahan dari Allah SWT. Dalam etika bisnis seluruh pelaku bisnis akan mendapat keuntungan masing-masing. Islam tidak akan membiarkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis dengan seenaknya demi mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan,

kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan bathil lainnya. Dalam Islam telah terdapat beberapa batasan untuk memisahkan yang boleh dan tidak, benar dan salah, serta yang halal dan haram. Batasan inilah yang biasa disebut dengan etika bisnis Islam yaitu (1) kesatuan terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi keseluruhan homogeni, serta meningkatkan konsep konsistensi data keteraturan yang menyeluruh. (2) keadilan atau kesetaraan, prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan sama sesuai dengan aturan adil sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. (3) kehendak bebas, merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif dan tidak mementingkan kebutuhan individu saja. (4) tanggung jawab, untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan manusia perlu mempertanggung jawabkan setiap tindakannya. Prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Terdapat batasan mengenai apa yang boleh dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawan atas semua yang telah dilakukannya. (5) kebenaran, kebajikan, kejujuran, dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis. (Aziz, 2013: 45-46).

Nilai moral atau etika berperan penting dan dapat mengatur berbagai kegiatan bisnis yang tidak sesuai atau yang merugikan salah satu pihak. Dengan begitu tidak akan adalagi pihak yang merasa terugikan. Etika bisnis juga berperan untuk memberikan pemahaman pada masyarakat bahwa bisnis dan etika harus berjalan beriringan (Muhammad, 2005: 60-61).

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial bagi individu dan kelompok guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan cara menciptakan, menawarkan dan menukarkan barang yang bernilai dengan barang yang bernilai lainnya untuk satu sama lain. Sedangkan menurut William J. Santon pemasaran merupakan sistem dari seluruh kegiatan-kegiatan bisnis dalam menentukan harga, merencanakan,

mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan konsumen (Danupranata, 2013: 39).

Di tengah persaingan bisnis yang semakin gencar dan memanas peneliti merasa perlu untuk membahas penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan jual beli yang dilakukan, agar nantinya para pedagang dapat mengetahui jika menerapkan etika dalam perdagangan itu perlu dan dapat dijadikan bahan evaluasi untuk kedepannya bagi para pedagang terutama di pasar Beringharjo.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang berarti peneliti akan melakukan study lapangan di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Metode penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu menggambarkan permasalahan yang ada melalui narasumber/informan atau sumber lain yang berkaitan dengan Pasar Beringharjo Yogyakarta. Selain itu juga mendeskripsikan tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh para pedagang di pasar Beringharjo Yogyakarta lalu menganalisisnya.

Wawancara pada penelitian ini adalah peneliti akan bertatap muka langsung

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi pada penelitian ini adalah peneliti langsung datang ke pasar Beringharjo Yogyakarta untuk mengamati permasalahan yang ada dan mencatatnya secara sistematis. Wawancara pada penelitian ini adalah peneliti akan bertatap muka langsung dengan pedagang pasar Beringharjo Yogyakarta yang terdiri dari 3 orang yang termasuk sebagai key informan yaitu Ibu Munawarah, Ibu Tiwi, dan Ibu Ari. Lalu konsumen dari pasar Beringharjo Yogyakarta yang berjumlah 2 orang yaitu Ibu Ning dan Ibu Ratna. Dan yang terakhir yaitu dengan pengurus pasar Beringharjo Yogyakarta yaitu Bapak Jawati. Sedangkan dokumentasi pada penelitian ini adalah peneliti mengumpulkan data baik dari buku dan dokumen atau dari laporan hasil penelitian yang memiliki masalah terkait dengan penelitian ini serta foto aktivitas penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Keabsahan data adalah usaha meningkatkan derajat kepercayaan data. Pelaksanaan teknik pemeriksaan keabsahan data sendiri didasarkan atas kriteria tertentu yaitu uji derajat kepercayaan (*credibility*), uji keteralihan (*transferability*), uji

kebergantungan (*dependability*), dan uji kepastian (*confirmability*). Derajat kepercayaan (*credibility*) pada penelitian ini peneliti menggunakan tehnik triangulasi dengan sumber. Oleh karena itu data yang diperoleh dari *key informan* akan dicek melalui beberapa sumber yang menjadi informan pelengkap. Adapun informan pelengkap dalam penelitian ini adalah Ibu Ning dan Ibu Ratna (Konsumen pasar Beringharjo Yogyakarta) dan Bapak Jawati (pengurus pasar Beringharjo Yogyakarta). Dari data yang diperoleh dari ketiga sumber tersebut akan di deskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari tiga sumber. Data yang telah dianalisis oleh peneliti nantinya akan menghasilkan suatu kesimpulan. (Sugiyono, 2014: 274). Uji keteralihan (*transferability*), peneliti harus mampu menunjukkan bagaimana peneliti menentukan masalah atau fokus, masuk lapangan, menentukan sumber data, analisis data, uji keabsahan data, sampai kesimpulan supaya penelitian yang peneliti lakukan tidak diragukan. Uji kepastian (*confirmability*), peneliti harus mampu menunjukkan proses penelitian yang telah dilakukan.

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan stratego-strategi yang dilakukan oleh para pedagang pasar Beringharjo Yogyakarta dalam memasarkan barang dagangannya kepada konsumen telah memenuhi etika bisnis Islam atau belum. Aktivitas dalam analisis data adalah : (1) Data Reduction (Reduksi Data), seluruh data yang diperoleh direduksi dengan cara merangkum atau memilih hal-hal yang dianggap penting dan pokok sehingga menghasilkan penelitian yang jelas dan terstruktur. (2) Data Display (Penyajian Data), setelah dirduksi peneliti akan menampilkan rangkuman data dengan uraian singkat maupun gambar sehingga mudah untuk difahami. (3) Conclusion Drawing/Verification (Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi), terakhir peneliti akan menarik kesimpulan atau verifikasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan sebuah paragraf pernyataan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan wawancara dengan 3 informan yang berbeda membuktikan bahwa strategi yang digunakan para pedagang sangatlah terstruktur. Tidak ada perbedaan harga yang diterapkan oleh para pedagang, perbedaan harga yang ada hanyalah sedikit selisih harga untuk pembelian barang grosir atau ecer.

Rata-rata harga yang ditawarkan oleh para pedagang sangatlah terjangkau dan tidak memberatkan meskipun pada hari-hari besar atau libur. Harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh segala kalangan dari pelajar, ibu-ibu bahkan tengkulak. Dengan harga yang relatif murah dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk mendatangi pasar Beringharjo.

Pedagang senantiasa selalu jujur dalam mengatakan keadaan barang yang sedang ditransaksikannya, juga selalu mempersilahkan bagi para konsumen untuk mengecek langsung barang yang akan dibeli di kios, jika terdapat cacat akan langsung diberikan barang dengan kualitas yang lebih bagus. Jika konsumen tidak sempat untuk mengecek langsung ditoko dan ternyata ketika sudah sampai rumah terdapat cacat, konsumen tetap dapat menukarkan barangnya tersebut dengan syarat masih terdapat nota pembelian dan dalam jangka waktu hanya satu hari.

Para pedagang memanglah memiliki suka dukanya masing-masing dalam menghadapi konsumen. Dari sikap yang diambil oleh pedagang dalam menghadapi pembatalan transaksi dapat menunjukkan bagaimana kualitas pedagang tersebut. Karena dalam dunia perdagangan pembatalan transaksi merupakan hal yang cukup sensitif. Jika ada konsumen yang membatalkan transaksi maka hilanglah pula kepercayaan pedagang terhadap konsumen tersebut dan menimbulkan kekecewaan. Tetapi dengan adanya masalah seperti itu pedagang tidak dibenarkan untuk melakukan sesuatu yang menyimpang seperti marah-marah pada konsumen, karena bagaimapun konsumen tetaplah yang utama untuk melancarkan suatu bisnis.

Berbagai kejadian seperti itu dapat dijadikan pembelajaran bagi para pedagang, untuk tetap menahan emosi demi citra kiosnya. Karena dalam berbisnis tidak hanya semata-mata untuk mencari keuntungan saja, tapi juga diperlukan untuk menjalin tali persaudaraan yang baik. Sebagai pedagang harus percaya bahwa rejeki yang diberikan oleh Allah tidak akan pernah tertukar. Dengan dimilikinya pemahaman seperti itu pedagang tidak akan terlalu merasa kecewa jika pembatalan transaksi terjadi. Jika Iman yang dimiliki jauh lebih besar pedagang akan berlapang dada jika tidak menerima rejeki tersebut dan percaya bahwa Allah akan menggantinya dengan yang lebih baik.

Para pedagang pasar Beringharjo sudah memahami tentang syariat Islam, perdagangan yang sesuai dengan yang diatur dalam Islam. Mengedepankan

kemanusiaan dan tidak mementingkan kebutuhan individual saja. Para pedagang sudah menerapkan etika bisnis Islam dalam strategi pemasarannya.

Dengan diadakannya pengajian rutin bagi para pedagang itu sangatlah bermanfaat untuk membuat para pedagang agar tetap mempertahankan menerapkan etika bisnis Islam dalam pemasaran produknya.

Iman dan ketakwaan seorang pedagang sangatlah dibutuhkan, karena jika seorang pedagang tidak memiliki iman yang kuat dan kurangnya pemahaman agama tidak menutup kemungkinan jika pedagang akan melakukan segala cara demi mendapat keuntungan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil wawancara dari penelitian diatas dengan berbagai narasumber dapat ditarik kesimpulan bahwa pedagang Pasar Beringharjo sudah menerapkan dan memahami perdagangan yang benar yang sesuai dengan 5 prinsip dalam Etika Bisnis Islam yaitu

1) Kesatuan

Perdagangan yang dilakukan tidak semata-mata hanya untuk mencari keuntungan tetapi juga untuk mencari ridho Allah dengan tidak melakukan kecurangan-kecurangan yang sebenarnya bisa saja untuk dilakukan. Tidak hanya mementingkan urusan duniawi saja tetapi para pedagang juga menerapkan sifat kemanusiaan bahwa setiap manusia sudah hakikatnya untuk saling menghormati.

2) Keseimbangan

Para pedagang Beringharjo tidak hanya memikirkan kebutuhan mereka saja, mereka sudah berlaku adil dengan tidak membedakan konsumen yang disukai atau tidak disukainya. Selain itu keadilan lain yang telah dilakukan oleh pedagang adalah memahami jika antara pedagang dan konsumen saling membutuhkan, sebagai pedagang tidak hanya mementingkan untuk mendapat keuntungan tetapi mereka juga mengutamakan kepuasan dari konsumennya.

3) Kehendak Bebas

Dalam prinsip ini pedagang dibolehkan untuk melakukan strategi pemasaran yang ada pada kaidah umum yang membolehkan untuk melakukan apa saja kecuali yang dilarang oleh agama. Namun, para pedagang pasar Beringharjo

memilih melakukan strategi pemasaran yang sesuai dengan yang diatur dalam agama Islam terutama dalam Etika Bisnis Islam.

4) Tanggung Jawab

Dari beberapa hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa para pedagang Pasar Beringharjo sangatlah bertanggung jawab, mengedepankan kejujuran dan keterbukaan antara pedagang dan konsumen dan melayani setiap konsumennya dengan ikhlas. Mereka memahami jika semua perbuatan yang dilakukan nantinya akan dimintai pertanggung jawaban. Dalam dunia perdagangan sangatlah mungkin untuk melakukan berbagai kecurangan, namun para pedagang Pasar Beringharjo tetap memilih untuk menjalankan perniagaannya sesuai dengan yang telah diatur oleh syari'at.

5) Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Dalam kegiatan jual belinya para pedagang Beringharjo tidak pernah memiliki niat yang jahat untuk mencurangi dan membohongi para konsumennya. Seperti yang telah disebutkan dalam prinsip tanggung jawab jika para pedagang selalu mengedepankan kebaikan agar nantinya tidak mendapatkan masalah dan mendapat berkah dari pekerjaannya tersebut. Dengan niat baik yang dimiliki oleh para pedagang Beringharjo, tidak akan ada yang merasa dirugikan.

Hasil wawancara dan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di atas dapat disimpulkan bahwa para pedagang Pasar Beringharjo juga telah menerapkan Etika Bisnis Islam dalam strategi pemasaran 4 konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

1) *Product/Produk*

Produk atau barang yang diperjual belikan para pedagang di Pasar Beringharjo sudah sesuai dengan ketentuan syari'at Islam. Barang tersebut bukan barang yang *gharar*, barang yang di transaksikan terdapat ditempat terjadinya transaksi dan pedagang memberikan kesempatan pada konsumen untuk melihat keseluruhan barang tersebut tanpa ada yang disembunyikan.

2) *Price/Harga*

Harga yang ditetapkan oleh para pedagang sangatlah terjangkau dan tidak memberatkan bagi konsumen. Selain itu pedagang pasar Beringharjo

mengambil keuntungan yang sewajarnya dan tidak perbedaan harga dalam setiap transaksinya.

3) *Place*/Tempat

Tempat yang dimiliki para pedagang ada didalam pasar Beringharjo yang sangatlah strategi dan mudah dijangkau oleh konsumen. Dengan nama besar Beringharjo dapat menarik banyak pengunjung untuk datang.

4) *Promotion*/Promosi

Cara para pedagang mempromosikan barang dagangannya tidak penuh dengan kebohongan, jika memang terdapat cacat pedagang bersedia untuk menukarnya.

SARAN

1. Dengan sudah diadakannya pengajian rutin yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Pasar diharapkan dapat dipertahankan dan mampu untuk membuat para pedagang mempertahankan penerapan etika bisnis Islam disetiap transaksinya.
2. Pedagang yang belum menerapkan etika bisnis Islam dalam transaksinya bisa menjadi bahan perhatian bagi pengelola pasar Beringharjo dan nantinya dapat dibimbing kembali dan diberi pengrahan secara intensif.

Daftar Pustaka

Buku

- Anoraga, Pandji. 2011. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, M Burhan. 2004. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi dan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Badroen, Faisal. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Danupranata, Gita. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Departemen Agama RI. 2014. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Bandung. Diponegoro.
- Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta. 2013. *Profil Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta.
- Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen penggalian Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kotler, P dan G Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotlep, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Media Group.
- Lubis, Suhrawardi K. 2009. *Etika Profesi Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Remajarosdakarya.
- Muhammad, Drs. 2005. *Pengantar Akuntansi Syariah Edisi 2*. Jakarta: Salmeha Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku konsumen: konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: PT Andi Offset
- Trimono, Soedjono. 1981. *Pengantar Ilmu Dokumentasi*. Bandung: Remaja Karya.
- Umar, H. 2001. *Strategic Management in Action, Konsep, Teori dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan konsep Michael R. Porter, Fred R. Davd dan wheelanhungler*. Jakarta: PT Gamedia Pustaka Utama.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syakir Jamaluddin, S.Ag., M.A.
NIK :

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

Nama : Nisriannisa Laha
NPM : 2019 073 0025
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Naskah Ringkas : Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran
(Studi kasus Sektor Perjualan Pakaian pada Pasar
Beringharjo Yogyakarta)
.....
.....
.....
Hasil Tes Turnitin* : 14%

Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 9 Januari 2019

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing Skripsi,

.....

(.....)


(Syakir J.)

*Wajib menyertakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi.