

Komunikasi Pemasaran Perspektif Islam

Erwan Effendy¹, Rahman Asro Bil'ibad², Abiyyu Zhafran Khairy Panjaitan³
^{1,2,3}Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara
erwaneffendi6@gmail.com¹, rahmanasro806@gmail.com²,
abiyyuzhafrankhairy@gmail.com³

ABSTRACT

This study aims to find out how to market products or services in an islamis way or also called sharia marketing. This study used a qualitative method, namely a method with data collection techniques through direct observation. The subjects of this study were traders in the MMTC market in the Pancing area. Data collection techniques in this study are observation and document study. Observation is the process of directly observing human behavior in their daily activities, while document study is a method of collecting data by examining various documents for analysis. The result of the study show that there are some traders who are honest with consumers about their trade, such as telling consumers about the advantages and disadvantages of the products being sold, and there are also those who do not tell the shortcomings of their products. There are those who smile kindly at their prospective customers, there are also those who give a look of displeasure and many more which will be discussed further in the results and discussion.

Keyword: Communication, Marketing, Islam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara memasarkan produk atau jasa secara islami atau disebut juga dengan marketing syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu metode dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung. Subjek penelitian ini adalah para pedagang yang ada di pasar MMTC yang ada di daerah Pancing. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi dan studi kepustakaan. Observasi yaitu proses mengamati perilaku manusia secara langsung dalam kegiatan sehari-harinya sedangkan studi dokumen adalah metode mengumpulkan data dengan meneliti berbagai macam dokumen untuk bahan analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada sebagian para pedagang yang jujur pada konsumen tentang dagangannya seperti memberitahu konsumen tentang kelebihan dan kekurangan yang ada pada produk yang dijual dan ada juga yang tidak memberitahu kekurangan produknya. Ada yang tersenyum ramah pada calon pelanggannya ada juga yang memberikan tatapan tidak sukanya dan masih banyak lagi yang akan dibahas lebih lanjut pada hasil dan pembahasan.

Kata kunci: Komunikasi, Pemasaran, Islam

PENDAHULUAN

Menurut Forsdale (1981) yang dikutip oleh Muhammad (2009) komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Jadi komunikasi adalah usaha seseorang untuk mengubah perilaku orang lain sesuai dengan apa yang diharapkan seseorang tersebut sehingga memahami maksudnya. Sedangkan pemasaran adalah aktivitas menawarkan

barang atau jasa kepada para konsumen sebanyak-banyaknya agar perusahaan mendapatkan keuntungan yang banyak sesuai dengan yang sudah ditargetkan.

Komunikasi pemasaran adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang mereka jual. Komunikasi pemasaran adalah cara perusahaan mempromosikan atau memberitahukan produk mereka kepada calon konsumen dengan cara yang baik yang menarik perhatian calon konsumen.

Cara perusahaan memasarkan produk mereka pun berbeda-beda, karena kebutuhan konsumen juga berbeda-beda. Tidak ada orang yang memiliki kebutuhan yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus pandai-pandai melihat kebutuhan yang paling mendasar yang sangat diinginkan oleh calon konsumen atau pelanggan. Jika tidak bisa melihat kebutuhan dasar calon pelanggan mau seberapa menarik produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tidak akan menarik perhatian calon konsumen.

Dalam memasarkan produk ada yang namanya etika dalam berbisnis yaitu bagaimana perilaku perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa yang mereka tawarkan sesuai dengan nilai moral seperti tidak memaksa konsumen agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan, tidak curang dan tidak berbohong tentang produk yang mereka tawarkan. Jika sebuah perusahaan menerapkan etika dalam berbisnis maka kegiatan tersebut menimbulkan keharmonisan antar sesama.

Dewasa ini sering dijumpai cara pemasaran yang tidak sesuai dengan nilai-nilai moral dan curang hal ini bisa merugikan orang lain dan perusahaan kedepannya karena sudah mendapat nilai yang buruk dari masyarakat sekitar. Kertajaya (2005) mengatakan bahwa kegiatan marketing atau pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya, yakni religius, beretika, realitas dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Inilah yang dinamakan marketing syariah, dan inilah konsep terbaik marketing untuk hari ini dan masa depan.

Pemasaran syariah adalah suatu disiplin bisnis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah (Al Arif 2010: 20). Pemasaran syariah dilakukan dengan prinsip dan konsep keislaman. Jadi nilai inti pemasaran syariah adalah integritas sehingga orang yang memasarkan produk atau jasa tidak boleh bohong dan orang yang membeli produk atau jasa tersebut adalah karena butuh dan sesuai keinginan bukan karena daya tarik harga misalnya diskon atau karena daya tarik emosional misalnya karena dipakai oleh tokoh atau selebritas.

Jika perusahaan menggunakan marketing syariah konsumen akan lebih tertarik karena dalam marketing syariah menjunjung tinggi nilai kejujuran dan tidak melebih-lebihkan produk yang dipasarkan. Sehingga konsumen lebih mudah percaya pada produk yang dipasarkan. Ada beberapa keuntungan jika perusahaan menggunakan marketing syariah ini. **Pertama**, mendapat berkah dari Allah SWT, karena tidak melanggar aturan bisnis yang ditetapkan dalam islam seperti tidak curang dalam memasarkan suatu barang

dan mengambil sedikit keuntungan. **Kedua**, menciptakan generasi manusia yang arif dan bijaksana karena memegang teguh prinsip-prinsip berbisnis menurut ajaran islam. Pemasaran menurut prinsip-prinsip islam adalah proses memasarkan produk mulai dari proses penciptaan produk, proses penawaran dan proses perubahan nilai tidak boleh ada yang bertentangan dengan nilai-nilai islam dan prinsip-prinsip muamalah yang islami. Jadi tidak ada yang dirugikan dalam hal ini karena tidak ada kecurangan didalamnya. Karena tujuan muamalah sendiri adalah memberikan kemudahan untuk mencapai kemaslahatan dan mengurangi kemudaratatan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu metode dengan mengamati situasi sosial yang akan diteliti secara mendalam dengan melakukan observasi langsung. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi langsung dan studi kepustakaan guna mendapat pemahaman yang lebih mendalam tentang kasus yang akan diteliti. Subjek dalam penelitian ini adalah para pedagang yang berada didaerah MMTC pancing. Penelitian dilakukan dengan mengamati perilaku para pedagang terhadap calon konsumennya dan bagaimana cara pedagang menyambut dan memasarkan produk yang mereka jual. Penelitian dilakukan selama tiga hari pada tanggal 16-18 Desember 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Marketing Islami

Marketing atau pemasaran yang islami adalah pemasaran yang mengikuti cara berdagang Nabi Muhammad. Beliau terkenal dengan cara berdagang yang baik, jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh. Dari penelitian yang kami lakukan berikut cara-cara berdagang

a. Jujur

Nilai terpenting dalam bisnis adalah amanah atau kejujuran. Orang yang beriman pasti akan jujur dalam berdagang karena dia takut pada Allah dan dia tahu bahwa setiap perbuatan pasti ada balasannya. Kejujuran dalam berdagang adalah bagaimana kita berusaha memberikan manfaat bagi konsumen, menjelaskan dengan benar kondisi barang atau jasa yang dijual tanpa ada yang ditutup-tutupi apalagi sampai menyembunyikan cacat atau kekurangan barang kepada konsumen agar konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Tidak mengurangi timbangan barang yang akan dijual agar mendapat keuntungan bahkan Rasulullah melebihkan takarannya agar pembeli senang dengan pelayanannya dan Rasulullah juga mengatakan kelenihan dan kekurangan barang yang akan dijual kepada pembeli.

b. Bertanggung jawab

Rasulullah sebagai seorang pedagang memberikan contoh yang sangat baik dalam melakukan transaksi bisnisnya. Beliau selalu mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas yang diinginkan konsumennya. Beliau terkenal sebagai pedagang yang

benar dan jujur dan bertanggung jawab pada setiap transaksi yang dilakukan. Seorang pedagang harus bertanggung jawab pada barang yang dijual jangan sampai barang yang dijual mengakibatkan bahaya bagi pembelinya. Penjual juga harus bertanggung jawab jika barang yang dijual dalam keadaan rusak sebelum sampai kepada pembelinya maka penjual harus mengganti barang yang rusak tersebut dengan barang yang baru.

c. Ramah

Seorang pedagang harus memiliki sifat ramah dan bersahabat pada pembelinya agar disukai oleh pembelinya. Penjual harus memperlihatkan sikap ramah dan bersahabat jangan memperlihatkan aura memusuhi pelanggan karena itu akan membuat pelanggan berpikir dua kali untuk membeli barang dagangannya. Hal ini dilakukan agar pembeli merasa nyaman berada di toko tersebut.

d. Sabar

Menunggu pelanggan itu butuh kesabaran jika seorang pedagang tidak memiliki kesabaran dalam berdagang maka usahanya pasti tidak akan lama karena dia putus asa duluan dan berpikir bahwa usahanya gagal dan sia-sia padahal semua itu adalah proses. Disinilah perlu adanya evaluasi dalam berdagang kenapa dagangannya tidak laku apa yang perlu diperbaiki dalam cara berdagang tersebut untuk keadaan lebih baik kedepannya.

e. Tawakkal

Percaya pada Allah bahwa Allah adalah sebaik-baik pemberi rezeki dan rezeki seseorang tidak mungkin akan tertukar. Tapi jangan hanya berserah diri saja tanpa melakukan usaha apapun karena itu hanya akan sia-sia. Dengan sikap tawakkal ini, seorang pengusaha tidak akan mengenal kata menyerah. Dia akan terus berusaha memperbaiki cara berdagangnya dari kesalahan sebelumnya dan terus bergerak menjadi lebih baik. Resiko dalam berdagang selalu ada itu merupakan hal yang tidak dapat kita hindari. Tapi bagaimana kita menghadapi dan memandang resiko tersebut menjadi peluang yang menguntungkan dan sebagai bahan perbaikan itu yang jarang dilakukan pedagang. Mereka cenderung mudah menyerah duluan sebelum menghadapinya.

f. Tidak menjual barang haram

Islam melarang beberapa jenis perdagangan, baik karena sistemnya ataupun karena ada unsur-unsur yang diharamkan didalamnya. Memperjual-belian barang atau jasa yang dilarang dalam Al-Qur'an adalah haram hukumnya. Contohnya memperjual-belian khamr atau minum-minuman memabukkan karena lebih banyak mudharatnya daripada manfaatnya, atau memperjual-belian barang-barang atau jasa lain yang lebih banyak memberikan keburukan pada pembelinya daripada memberikan manfaat.

Selain pemasaran produk secara islami yang baik diatas dalam penelitian ini juga kami menemukan beberapa pemasaran produk atau jasa yang belum sesuai dengan marketing islam atau bahkan tidak sesuai dengan norma dan etika yang berlaku dalam kehidupan sehari-hari. Diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Berlaku curang

Orang yang berbuat curang dalam berdagang adalah orang-orang yang tidak takut pada azab Allah dan tidak percaya bahwa setiap perbuatan ada balasannya. Bukan hanya itu saja perbuatan curang juga akan membuat kepercayaan pelanggan menurun karena sudah mendapat nilai yang negatif dan buruk. Hal ini bisa membuat dagangan menjadi sepi karena kehilangan kepercayaan dari pelanggan.

b. Tidak bertanggung jawab

Tanggung jawab penjual adalah memberikan penjelasan tentang produk atau jasa yang dipasarkan secara benar dan jujur tanpa ada yang ditutup-tutupi, memberikan penjelasan tentang kelebihan dan kekurangan dari produk atau jasa yang dijual. Tapi, banyak dijumpai penjual yang tidak bertanggung jawab terhadap produk atau jasa yang dijualnya seperti tidak bertanggung jawab jika terdapat kerusakan produk sebelum sampai pada konsumen dan tidak mau mengganti produk apabila tidak sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen.

c. Mudah menyerah

Banyak para pembisnis yang menyerah duluan padahal dia belum benar-benar jatuh., apalagi para pembisnis yang baru saja memulai bisnis kebanyakan dari mereka pesimis dengan hasilnya. Mereka beranggapan bahwa mereka kalah saing karena pelanggannya sedikit padahal bisa saja teknik marketing mereka kurang menarik perhatian konsumen dan mereka juga tidak mengevaluasi apa saja kekurangan mereka dalam memasarkan suatu produk atau jasa.

2. Karakter Muslim Dalam Berbisnis

Menurut Kamisa karakter adalah sifat-sifat kejiwaan, akhlak, budi pekerti yang dapat membuat seseorang terlihat berbeda dari orang lain. Jadi karakter adalah sifat yang dimiliki oleh seseorang yang membedakannya dengan orang lain. Karakter terbentuk secara alami setelah seseorang memperhatikan dan mempelajari lingkungan tempatnya tinggal. Karakter ini juga merupakan hasil pemahaman dari hubungannya dengan diri sendiri, hubungan dengan lingkungan dan hubungan dengan Allah.

Mengutip artikel jurnal yang ditulis oleh Ebrahim (2014) bahwa ada beberapa karakter yang harus dimiliki oleh seorang muslim dalam berbisnis, yaitu:

- a. *To be thruthful*. Allah menegaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-mu'min ayat 28 yang artinya: "...Dan jika ia seorang pendusta maka dialah yang menanggung (dosa) dustanya itu, dan jika ia seorang yang benar niscaya sebagian (bencana) yang diancamkannya kepadamu akan menimpamu. Sesungguhnya Allah tidak menunjuki orang-orang yang melampaui batas bagi pendusta". Dari ayat tersebut Allah memperingatkan betapa pentingnya kejujuran dan ayat diatas mengindikasikan bahwa kejujuran adalah hal yang sangat mendasar dalam berbisnis.
- b. *To be honest*. Dalam Qur'an Surah Ali Imran ayat 61 menyebutkan bahwa "...Laknat Allah bagi orang-orang yang bohong". Nabi Muhammad SAW juga memperingatkan: " Barangsiapa menjual barang dan tidak mengklarifikasi

kekurangan didalamnya akan mendapat murka Allah dan malaikat akan mengutuknya untuk selama-lamanya". Dari ayat dan juga hadist diatas Allah menegaskan pada para pembisnis yang menutupi kekurangan atau kecacatan produk akan mendapatkan laknat dari Allah dan malaikat akan mengutuknya selama-lamanya.

- c. *To be benevolent.* Nabi Muhammad SAW bersabda: "Barangsiapa berusaha untuk membantu janda dan orang miskin seperti orang yang berperang di jalan Allah." (shahih Bukhari, kitab al-adab). Hadits ini mengingatkan para pengusaha untuk membantu orang-orang miskin yang tidak mampu dan mengikuti kegiatan amal yang meringankan beban orang lain yang membutuhkan.
- d. *To be considerate.* Nabi Muhammad SAW bersabda: "Barangsiapa yang membuatnya mudah bagi orang yang berhutang, maka Allah akan membuatnya mudah baginya di dunia dan akhirat." (shahih Muslim, Kitab Al-Birr). Dalam hal ini pembisnis diharapkan memudahkan pembayaran konsumen dengan cicilan tapi tetap bebas riba. Pembisnis diharapkan pengertian dan peka terhadap orang-orang yang hendak membeli produk atau jasanya namun tidak memiliki cukup uang.

Mengutip dari Abdul Aziz (2013: 111) mengemukakan kendala yang dihadapi pembisnis yang menerapkan etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

- a. Sulitnya menerapkan sikap akhlak yang baik pada sebuah aktivitas bisnis yang sesuai dengan yang diatur dalam Qur'an dan Hadits. Oleh karena itu perlu dibentuk jiwa pembisnis yang baik yang mempunyai etika dan mental yang baik seperti jujur, bertanggung-jawab dan lainnya.
- b. Sulitnya tidak berlaku curang. Hal ini dikarenakan pembisnis ingin mendapatkan keuntungan yang banyak tapi tidak mau rugi.
- c. Tidak mudahnya berlaku bersih dari unsur riba. Seluruh kegiatan yang menyangkut muamalah diharamkan ada unsur riba didalamnya. Al-qur'an dengan tegas melarang hal itu karena hal itu hanya akan merugikan masyarakat.

KESIMPULAN

Dalam etika Islam, teknik promosi tidak boleh menggunakan daya tarik seksual, daya tarik rasa takut, memaksa dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan aturan ajaran Islam dan dalam etika hidup sehari-hari. Pembisnis yang baik adalah pembisnis yang tidak mudah putus asa terhadap masalah yang dihadapinya, dia akan terus berusaha mengevaluasi cara berbisnisnya menjadi lebih baik lagi kedepannya.

Ada enam cara memasarkan produk dan jasa yang sesuai dengan islam. **Pertama**, jujur pada calon konsumen tentang kelebihan dan kekurangan produk atau jasa yang akan dijual agar konsumen tidak merasa tertipu dan agar mendapat kepercayaan dari konsumen. **Kedua**, bertanggung-jawab pada produk atau jasa yang dijual jika terjadi kerusakan sebelum dibeli oleh konsumen dan bertanggung-jawab jika produk tersebut membahayakan konsumen. **Ketiga**, ramah pada calon konsumen karena hal tersebut

akan mendapat nilai plus tersendiri bagi konsumen dan bisa membuat konsumen menjadi nyaman. **Keempat**, sabar terhadap barang yang dipasarkan jangan berputus asa dulu karena dagangannya sepi pelanggan. **Kelima**, tawakal atau berserah diri pada Allah sambil terus berusaha untuk terus memajukan bisnisnya. **Keenam**, tidak menjual barang yang diharamkan dalam islam, contohnya khamr karena lebih banyak memberikan mudharat daripada manfaatnya bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Boediman, Eko Putra., Lubis, Armaini. (2016). Prinsip-Prinsip Islam Dalam Aktifitas Komunikasi Pemasaran Di Agen Perjalanan. *Avant Garde*, 4 (1).
- Ebrahim, Abdul Fadl Mohsim. (2014). An Insight In To Islamic Business Ethics. *Arabian Journal Of Business And Management Review*. 2 (9).
- Firmansyah, Anang Muhammad. (2019). Komunikasi Pemasaran. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Kertajaya, Hermawan. (2005). *Spiritual Marketing*. Bandung: Mizan.
- Kertajaya, Hermawan., Sula, Syakir Muhammad. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Madjid, Saleha. (2018). Prinsip-Prinsip (Asas-Asas) Muamalah. *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2 (1), 15-28.
- Yusnaidi., Fahlevi, Mirdha., Zhafira, Hilmy Nabila. (2021). Konsep Dasar Etika Komunikasi Pemasaran Islam, Sebuah Pendekatan Analisa Teoritis Dalam perspektif Bisnis. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 5 (1), 69-78.