

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Singkat Rumah Batik MJ

Rumah Batik MJ merupakan salah satu tempat usaha yang bergerak dalam bidang batik yang berada di Desa Toronan. MJ itu sendiri berasal dari nama pemilik usaha tersebut yang mana pemilik usahanya tersebut adalah bernama bapak Muji Maulana, dengan nama panggilan Muji sehingga pemilik Rumah Batik MJ tersebut memutuskan untuk memberi nama usahanya Rumah Batik MJ. Awal mulanya bisa terjun di dunia perbatikan pemilik Rumah Batik MJ yaitu bapak Muji Maulana aktif di BKM (Badan Keswadayan Masyarakat), gotong royong milik PNB Mandiri dan programnya tersebut dari tahun 2004. Pada waktu itu ada pelatihan program membatik untuk warga dengan membentuk KSM yang berjumlah 12 orang, dimana dari 12 orang tersebut hanya 9 orang yang menjadi pengrajin batik yang hasilproduksi batiknya di jual sendiri dan ada juga yang menjadi pekerja diRumah Batik MJ.¹

Rumah Batik MJ memulai usahanya setelah mengikuti pelatihan yaitu pada tahun 2015 sampai saat ini. Jadi, Rumah Batik MJ disini termasuk salah satu yang mempunyai usaha baru dalam bidang batik yang berada di Desa Toronan. Pada tahun 2015 pertama memulai usahanya Rumah Batik MJ mempromosikan hanya menjualnya dipasar pada hari-hari tertentu, karena waktu itu pemilik Rumah Batik MJ tersebut terkendala dengan *HandPhone* yang digunakan yaitu

¹Muji Maulana, Pemilik Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 31 Januari 2021.

bukan *HandPhone* android, sehingga sulit untuk mempromosikan produknya di media sosial. Akan tetapi ketika usahanya sudah berjalan dan sudah mempunyai pelanggan dengan memperoleh keuntungan sedikit demi sedikit dari hasil batik yang dijualnya, maka bapak Muji Maulana sambil menabung untuk membeli sebuah *HandPhone* agar tidak hanya mempromosikan dengan cara menjualnya di pasar akan tetapi juga bisa mempromosikan secara online lewat media sosial. Dengan menggunakan promosi media sosial Rumah Batik MJ mengalami peningkatan dalam penjualannya karena dengan semakin banyaknya pelanggan. Jadi, untuk pemesanan batik pada Rumah Batik MJ bisa langsung via inbox di akun *facebook* (M J Batik atau Sinar Batik) dan bisa langsung chat pribadi di akun *WhatsApp* (081703207501 atau 085230674330).²

Rumah Batik MJ merupakan sebuah usaha kecil-kecilan di perumahan yang memproduksi batik sekaligus mempromosikan sendiri dari hasil batik yang telah di produksinya. Adapun jenis-jenis motif batik yang terdapat pada Rumah Batik MJ yaitu sebagai berikut:³

Tabel 4.1

Jenis-Jenis Motif Batik

No	Jenis Motif	Harga
1	Junjung Drajat	Rp. 120.000
2	Tiga Dimensi	Rp. 120.000
3	Segar Jagad	Rp. 90.000
4	Kawung	Rp. 120.000

²*Ibid.*,

³*Ibid.*,

5	Mata Keterangan	Rp. 120.000
6	Konten	Rp. 45.000
7	Pagi Sore	Rp. 120.000
8	Putihan	Rp. 120.000
9	Colet	Rp. 120.000
10	Cap berkombinasi Batik Tulis	Rp. 120.000

Sumber: Muji Maulana (Pemilik Rumah Batik MJ)

b. Keunggulan dan Kelemahan Rumah Batik MJ

Adapun keunggulan dari Rumah Batik MJ diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Memproduksi batik sendiri;
- 2) Kain dan ciptaan pola motifnya bagus akan tetapi hal itu berdampak pada harga;
- 3) Dapat memesan sesuai dengan keinginan konsumen; dan
- 4) Tempat yang ditempati oleh Rumah Batik MJ merupakan tempat milik sendiri.

Sedangkan kelemahan yang terdapat pada Rumah Batik MJ adalah yaitu Tidak semua pekerja bekerja ditempat usahanya sehingga pemilik harus mengantarkan ke rumahnya pekerja tersebut.

c. Alat-alat yang digunakan untuk membuat Batik

- 1) Kain mori (bisa terbuat dari sutra atau katun);
- 2) Canting sebagai bentuk alat motif;
- 3) Gawangan (tempat untuk menyampirkan kain);
- 4) Lilin (malan) untuk dicairkan;

- 5) Panci dan kompor kecil untuk memanaskan; dan
- 6) Larutan pewarna.

d. Proses Pembuatan Kerajinan Batik

- 1) Siapkan alat dan bahan untuk membatik: kain mori sesuai kebutuhan dan canting;
- 2) Gambar desain diatas kain mori sesuai dengan pola yang diinginkan;
- 3) Panaskan lilin diatas wajan hingga mencair sempurna;
- 4) Perhatikan posisi duduk saat membatik. Duduklah dengan posisi tungku berada di sebelah kanan untuk memudahkan mengambil lilin panas;
- 5) Celupkan canting ke dalam wajan yang terisi lilin panas selama 3 detik sebagai penyesuaian suhu pada canting;
- 6) Mulailah menggoreskan canting ke atas kain;
- 7) Isilah bagian pola yang kosong dengan ornamen-ornamen seperti garis-garis arsiran maupun titik-titik;
- 8) Tahap nembok artinya mengeblok bagian kain yang tidak ingin terkena warna. Namun, tahap ini dilakukan apabila dibutuhkan warna awalnya;
- 9) Tahap pencelupan warna. Biasanya menggunakan pewarna, diperlukan beberapa kali celupan untuk memfulkan warnanya;
- 10) Tiriskan kain yang telah dicelup dan diamkan agar warnanya dapat meresap dengan maksimal pada kain; dan
- 11) Rebus kain dalam air mendidih untuk melirihkan lilin yang menempel pada kain untuk memunculkan motif yang telah di desain, tahap merebus ini disebut nglorod.

a) Bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam upaya meningkatkan penjualan batik pada Rumah Batik MJ

Media sosial merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan dimanapun. Media sosial sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat berpotensi untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merk suatu produk.

Untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam upaya meningkatkan penjualan batik pada Rumah Batik MJ, maka peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada pemilik Rumah Batik MJ serta kepada beberapa konsumen Rumah Batik MJ sebagai objek penelitian ini. Dari informasi yang didapatkan oleh peneliti, penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam upaya meningkatkan penjualan batik pada Rumah Batik MJ, yaitu. Sebagaimana pernyataan Bapak Muji Maulana berikut:

“Penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam upaya meningkatkan penjualan batik yaitu memposting gambar batik dari hasil karya kami namun saya tidak setiap hari memposting gambar batik tersebut dan saya lebih sering memposting di akun *whatsApp* dari pada di akun *facebook* karena menurut saya jika mempromosikan di akun *facebook* saya perlu mengolah kata-kata supaya konsumen lebih tertarik. Sedangkan di akun *whatsApp* cukup di jadikan *story* saja. Dengan menggunakan media sosial tersebut bagi saya *pertama*, dapat memudahkan dalam bertransaksi. Dimana dengan melihat karya batik saya yang di upload di media sosial, pembeli tidak perlu datang kesini, cukup memesan lewat akun media sosial tersebut jika memang berminat terhadap batik hasil karya dari Rumah Batik MJ ini. *Kedua*, dapat memudahkan dalam menyampaikan informasi, dimana saya tidak perlu menemui konsumen secara langsung untuk menjelaskan terkait batik tersebut, cukup

dengan menggunakan media sosial yang penting bagaimana konsumen itu memahaminya. *Ketiga*, dapat membantu menemukan konsumen baru dan memperluas target pasar, karena jika hanya mengandalkan konsumen di pasar hanya orang-orang terdekat saja yang mendatangnya dengan menggunakan media sosial tersebut saya bisa menambah konsumen baru.”⁴

Selain pernyataan diatas, berikut pernyataan dari istri pemilik Rumah Batik MJ, pekerja, dan konsumen yang sering berbelanja di Rumah Batik MJ.

“Menurut Ibu Su’adah: penggunaan media sosial sebagai alat promosi yaitu dengan memposting gambar batik di akun media sosial akan tetapi kalo saya mempostingnya tidak dilakukan setiap hari karena saya disamping jadi pemilik juga sekaligus menjadi pengrajin. Seperti yang suami saya katakan dengan menggunakan media sosial dapat memudahkan dalam memberikan informasi kepada konsumen, saya tidak perlu menemui konsumen juga untuk meyampaikan informasi yang penting konsumen paham dengan apa yang dijelaskan oleh saya. Kemudian dapat membantu menemukan konsumen baru karena dengan melihat karya kami yang diupload di media sosial terdapat konsumen baru yang memesan secara online dan ada pula yang langsung datang kesini. Dan yang terakhir dapat memudahkan dalam bertransaksi karena dengan menggunakan media sosial misalkan ada konsumen yang cocok terhadap batik dari hasil karya kami maka bisa memesannya menggunakan akun media sosial tersebut.”⁵

“Menurut Ibu Aisyah: Sepengetahuan saya selama saya bekerja di Rumah Batik MJ, penggunaan media sosial itu seperti yang dikatakan oleh Bapak Muji Maulana dan Ibu Su’adah selaku pemilik Rumah Batik MJ hanya memposting batik dari hasil karyanya di akun *facebook* dan *whatsApp* masing-masing karena Bapak Muji Maulana dan Ibu Su’adah sama-sama mempunyai akun. Jadi, untuk pemesanan batik bisa memesan di akun mereka masing-masing.”⁶

“Menurut Ibu Dalilah: Penggunaan media sosial menurut pemilik Rumah Batik MJ katanya memposting gambar batik di akun nya masing-masing, Namun saya tidak tahu seperti apa cara mempostingnya, karena saya memang tidak tahu sama sekali cara melihat *handphone* yang sudah banyak digunakan oleh orang-orang sekarang ini.”⁷

“Menurut Ibu Farida alasan selalu membeli batik pada Rumah Batik MJ karena ketika saya memesan batik oleh pemilik Rumah Batik MJ diantar

⁴ Muji Maulana, Pemilik Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 28 April 2021.

⁵ Su’adah, Istri pemilik Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 28 April 2021.

⁶ Aisyah, Pekerja Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 29 April 2021.

⁷ Dalilah, Pekerja Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 29 April 2021.

langsung sampai ke rumah tanpa ongkos kirim karena memang kebetulan rumah saya tidak terlalu jauh dari rumah pemilik Rumah Batik MJ.”⁸

“Menurut Ibu Siti Romlah alasan selalu membeli batik pada Rumah Batik MJ karena ketika membeli batik misalkan sampai rumah ada ketidakcocokkan maka pemilik Rumah Batik MJ memberikan keringanan untuk ditukar dengan batik lain.”⁹

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan, bahwa penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam upaya meningkatkan penjualan batik pada Rumah Batik MJ yaitu dengan memposting gambar batik dari hasil karyanya di akun media sosial masing-masing baik akun *facebook* maupun *whatsApp*. Sehingga dengan menggunakan media sosial bagi pemilik Rumah Batik MJ dapat memudahkan dalam bertransaksi, dapat memudahkan dalam menyampaikan informasi dan juga dapat membatu menemukan konsumen baru dan memperluas target pasar. Dengan menggunakan media sosial juga penjualan yang dialami oleh Rumah Batik MJ semakin meningkat dengan melihat karya batik yang di upload di akun media sosial oleh pihak Rumah Batik MJ maka semakin banyak konsumen yang memesan melalui akun media sosial tersebut dan semakin banyak pula pelanggan yang langsung datang ke Rumah Batik MJ. Dimana pemilik Rumah Batik MJ (Bapak Muji Maulana) memberikan pelayanan yang sangat baik agar konsumen tetap merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan.

Dari promosi yang dilakukan oleh Rumah Batik MJ melalui media sosial tersebut ada dampak yang positif terhadap volume penjualan Rumah Batik MJ yaitu semakin meningkatnya volume penjualan dan semakin bertambahnya

⁸ Farida, Konsumen Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 02 Februari 2021.

⁹ Siti Romlah, Konsumen Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 02 Februari 2021.

pelanggan Rumah Batik MJ. Berikut pernyataan Bapak Muji Maulana dan istri Bapak muhyi selaku pemilik Rumah Batik MJ.

“Alhamdulillah dengan menggunakan promosi media sosial penjualan batik semakin banyak yang laku, karena jika hanya mengandalkan penjualan di pasar otomatis pengunjung hanya sedikit, dengan melihat karya saya yang saya upload di media sosial seperti halnya *facebook* dan *whatsApp* maka lebih banyak pengunjung yang datang langsung ke Rumah Batik MJ khususnya pada masa pandemi seperti sekarang ini.”¹⁰

“menurut Ibu Su’adah: setelah melakukan promosi di media sosial seperti halnya *faceebook* dan *whatsApp* hasil penjualannya bisa dikatakan semakin meningkat dengan semakin banyaknya pengunjung yang datang langsung ke Rumah Batik MJ ini. Sehingga kami memberi pelayanan yang baik agar konsumen merasa nyaman dan puas dengan pelayanan kami, karena memang pelayanan yang kami utamakan. Dan semua yang datang ke Rumah Batik MJ kami anggap sebagai tamu, ketika sudah tamu tuan rumah harus menghormati baik itu jadi beli ataupun tidak jadi beli.”¹¹

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan mempromosikan batik lewat media sosial dapat menambah pelanggan baru dan juga mempengaruhi volume penjualan pada Rumah Batik MJ.

Berikut ini hasil dokumentasi dari promosi yang dilakukan oleh Rumah Batik MJ melalui media sosial seperti halnya *facebook* dan *whatsApp* dan juga dokumentasi konsumen yang memesan batik pada Rumah Batik MJ.

¹⁰ Muji Maulana, PemilikRumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 01 Februari 2021.

¹¹ Su’adah, Pemilik Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 01Februari 2021.

Gambar 4.1

Promosi yang dilakukan Rumah Batik MJ melalui akun *facebook*



Gambar 4.2

Promosi yang dilakukan oleh Rumah Batik MJ melalui akun *whatsApp*



Gambar 4.3

Konsumen yang memesan batik pada Rumah Batik MJ



b) Apakah dalam penggunaan promosi media sosial yang digunakan oleh Rumah Batik MJ dapat meningkatkan penjualan batik sesuai dengan ekonomi Islam?

Islam mengatur segala kegiatan manusia terutama dalam berbisnis. Bisnis tidak hanya dilakukan untuk mencari keuntungan semata akan tetapi untuk kepentingan dunia dan akhirat. Ada beberapa hal yang diatur oleh Islam dalam berbisnis terutama dalam hal promosi. Promosi merupakan kegiatan pertama yang dilakukan oleh seseorang ketika ingin membuka suatu usaha. Promosi itu sendiri harus dilakukan sesuai dengan etika dan prinsip yang berlaku dalam ekonomi Islam.

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam promosi penjualan yaitu Prinsip kebenaran dan kejujuran. Dalam ekonomi Islam mempromosikan suatu produk melalui media sosial, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai

ekonomi Islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengelola harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, bahkan mengumbar sumpah atau iklan palsu.

Terlepas dari penggunaan promosi media sosial yang dilakukan oleh Rumah Batik MJ, ada beberapa unsur yang menjadi perhatian peneliti dalam melakukan penelitian yaitu penggunaan promosi ditinjau dari ekonomi Islam, baik dari segi kualitas maupun kuantitas produk batik sehingga promosi yang dilakukan lewat media sosial online sesuai dengan etika bisnis dalam ekonomi Islam. Adapun promosi yang dilakukan oleh Rumah Batik MJ sudah sesuai dengan ekonomi Islam yaitu dengan menyampaikan informasi sesuai dengan keadaan produk yang dijualnya. Berikut pernyataan Bapak Muji Maulana selaku pemilik Rumah Batik MJ:

“untuk promosi sendiri saya rasa insyaallah sudah sesuai dengan ekonomi Islam karena ketika melakukan promosi saya menjelaskan produk secara detail kepada konsumen. Meskipun lewat media sosial, saya memberikan informasi secara jelas baik dari segi motif, ukuran, warna, harga dan lain sebagainya. Jadi, konsumen bisa mendapatkan batik sesuai dengan selera yang diinginkan meskipun hanya melihat dengan gambar dikarenakan gambar yang saya upload di media sosial sesuai dengan produk aslinya. Sedangkan yang dipromosikan di pasar konsumen bisa melihat secara langsung produk yang saya jual.”¹²

Selain pernyataan diatas, berikut pernyataan dari beberapa konsumen dan reseller yang berbelanja di Rumah Batik MJ.

“menurut Ibu Siti Nor Hayati: ketika saya berbelanja di Rumah Batik MJ saya produknya sesuai dengan yang diharapkan dikarenakan saya mendatangi langsung pihak Rumah Batik MJ. Jadi, disana tidak ada penipuan terhadap produk yang dijual oleh Rumah Batik.”¹³

¹² Muji Maulana, Pemilik Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 01 Februari 2021.

¹³ Siti Nor Hayati, Reseller Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 02 Februari 2021.

“menurut Bapak Zainul Fatah: kalau saya ketika membeli batik pada Rumah Batik MJ saya datang langsung ke lokasi pembuatan batik dan jika ada batik yang cocok dengan saya maka saya mengambil beberapa motif yang kemudian saya jual kembali. Jadi, saya melihat langsung kualitas batik yang dijual disana sehingga saya tidak pernah kecewa dengan hasil batik yang di produksi oleh Rumah Batik MJ dan saya tidak pernah merasa tertipu karena harganya sesuai dengan kualitasnya.”¹⁴

“menurut Ibu Farida: selama saya memesan batik lewat media sosial saya tidak pernah kecewa karena barang yang datang sesuai dengan gambar yang di upload. Selain itu, untuk wilayah sekitar toronan bebas ongkir jadi saya suka memesan pada Rumah Batik MJ.”¹⁵

“menurut Ibu Siti Romlah: ketika saya membeli batik pada pihak Rumah Batik MJ yang berada di pasar 17 Agustus 1945 saya tidak pernah merasa tertipu karena barang yang dijualnya memang bagus dan sesuai dengan harga yang berlaku di pasar. Selain itu juga bisa menawar harga yang ditetapkan.”¹⁶

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Rumah Batik MJ sudah sesuai dengan syariat Islam. Informasi yang diberikan sesuai dengan keadaan produk yang sebenarnya.

B. Temuan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi telah diperoleh beberapa temuan. Hasil temuan yang telah didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam upaya meningkatkan penjualan batik pada Rumah Batik MJ yaitu memposting batik dari hasil karyanya sendiri di akun media sosial seperti *facebook* dan *whatsApp*, dengan tujuan supaya batik yang dipromosikan tersebut dikenal oleh banyak orang. Sehingga dengan menggunakan media sosial juga dapat

¹⁴ Zainul Fatah, Reseller Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 02 Februari 2021.

¹⁵ Farida, konsumen Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 02 Februari 2021.

¹⁶ Siti Romlah, Konsumen Rumah Batik MJ, Wawancara pada tanggal 02 Februari 2021.

mempermudah dalam bertransaksi, dapat mempermudah dalam menyampaikan informasi dan dapat membantu menemukan konsumen baru dan memperluas target pasar.

2. Penggunaan promosi media sosial dapat meningkatkan penjualan batik pada Rumah Batik MJ dalam ekonomi Islam sudah sesuai dikarenakan ketika melakukan promosi lewat media sosial informasi yang diberikan sesuai dengan keadaan produk aslinya, pihak Rumah Batik MJ menjelaskan secara detail terhadap produk yang dijualnya.

C. Pembahasan

Berdasarkan paparan data dan temuan penelitian diatas, maka akan dibahas semua secara detail dan lebih mendalam dalam pembahasan dengan memaparkan keterkaitan ataupun ketidaksesuaian dengan teori yang sudah dibahas pada bab sebelumnya. Berikut pembahasan yang dipaparkan oleh peneliti:

1. Penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam upaya meningkatkan penjualan batik pada Rumah Batik MJ

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Sedangkan media sosial merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan dimanapun.

Adapun kelebihan menggunakan media sosial sebagai alat promosi adalah sebagai berikut:

a. Dapat memudahkan dalam bertransaksi

Pada akhir-akhir ini, berbagai perkembangan yang terjadi memang cukup menakjubkan, khususnya dalam bidang teknologi digital. Teknologi informasi dalam khususnya teknologi digital yang berkembang terus menerus sesuai dengan modernnya teknologi informasi yang terikat utama dalam satu komponen teknologi komputer yang saat ini terus berkembang yang dapat di akses dengan metode teknologi elektronik telfon genggam. Yang mana tujuannya untuk dapat melakukan berbagai interaksi satu sama lainnya.

Zimmerman menjelaskan tentang adanya digital ekonomi, Konsep ini sering digunakan untuk menjelaskan dampak global teknologi informasi dan komuni-kasi, tidak hanya pada internet, tetapi juga pada bidang ekonomi. Konsep ini menjadi sebuah pandangan tentang interaksi antara perkembangan inovasi dan kemajuan tek-nologi dan dampaknya pada ekonomi makro maupun ekonomi mikro.

Dengan adanya teknologi dapat membuat perkembangan yang terus ber-kembang di berbagai jenis dan sektor ter-khususnya pada bidang perekonomian. Dengan begitu tak dipungkiri bahwa per-kembangan digital dapat berdampak pada sikap dan perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomi.

b. Dapat memudahkan dalam menyampaikan informasi

Di era globalisasi seperti saat ini teknologi informasi dan komunikasi sedang dalam masa pengembangannya yang meliputi segala hal yang mengenai proses penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi. Dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari sekarang ini sangat pesat sekali, baik dalam mencari informasi maupun menerima informasi sehingga memudahkan manusia untuk mencari, mempelajari dan mendapatkan informasi yang diinginkannya dengan mudah, dimana saja, kapan saja, dan dari siapa saja.

Karena begitu mudahnya diakses maka diperlukan suatu undang-undang dalam mengatur penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi dan komunikasi memiliki peran dalam bidang kehidupan seperti dalam hal telekomunikasi. Dengan kemudahan berkomunikasi, manusia seakan lebih dinamis. Informasi tentang peristiwa ditempat yang jauh dengan mudahnya didapatkan dengan bantuan alat-alat tersebut. Kehadiran internet dalam teknologi informasi dan komunikasi membantu aktivitas dan urusan kita dalam memperoleh dan menyampaikan informasi secara cepat. Internet juga mendorong terjadinya keragaman gaya hidup dan penampilan untuk memicu kreatifitas dan ide-ide yang baru.

- c. Dapat membantu menemukan konsumen baru dan memperluas target pasar

Jejaring sosial membantu bisnis kecil untuk menemukan konsumen dan mencari konsumen yang potensial. Jika ingin mencari konsumen dengan lokasi yang berdekatan dengan saler, pencarian berdasarkan lokasi terdekat bisa dilakukan dengan menggunakan media sosial. Selanjutnya akan menemukan calon konsumen yang bisa dihubungi sehubungan dengan promosi bisnis. Sosial Media memudahkan konsumen untuk memberikan *Feedback* mengenai bisnis secara langsung.

2. Penggunaan promosi media sosial dapat meningkatkan penjualan batik pada Rumah Batik MJ dalam ekonomi Islam

Menurut Syaikh Muhammad Ali Farkus Hafizhahullah, bahwa hukum promosi menggunakan media sosial (*online*) atau iklan diperbolehkan. Hal ini diperbolehkan, selama dalam melakukan promosi tidak mengandung unsur-unsur terlarang. Hukum tersebut tetap diperbolehkan selama memenuhi beberapa persyaratan sebagai berikut:

- a. Iklan secara substansi muba (diperbolehkan)

Iklan diperbolehkan selama tidak mengandung unsur terlarang dan merusak agama dan akhlaq. Hal itu diharamkan untuk membantu berdasarkan firman Allah:

وَتَعَا وَ نُؤَا عَلَي الْبِرِّ وَ النَّفَّوِي وَ لَا تَعَا وَ نُؤَا عَلَي الْإِثْمِ وَ الْعُدِّ وَ ان

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam hal dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran” (QS. Al-ma’idah: 2)

Ayat tersebut menjelaskan, bahwa orang-orang beriman salinglah tolong-menolong dalam hal kebajikan dan takwa. Orang beriman dilarang tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Jadi iklan yang mengandung unsur terlarang tidak boleh dibantu dalam mempromosikannya.

- b. Pihak yang memasang iklan wajib jujur dan amanah saat mempromosikan produk/jasa

Iklan dipasang dan dipromosikan sesuai dengan kondisikenyataan dari suatu produk dan jasa, karena hukum kejujuran adalah wajib.

- c. Iklan tidak boleh disebar dengan unsur penipuan

Dalam mengiklankan suatu produk dan jasa, penjual tidak boleh mempromosikan dengan mengandung unsur penipuan dan pemalsuan. Hal ini berdasarkan sabda Nabi SAW:

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاغُ فِي النَّارِ

“Barang siapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang berbuat pengelabuan dan pemalsuan, tempatnya di neraka”.

Hadis tersebut menjelaskan, bahwa orang menipu tidak termasuk dalam golongan Nabi SAW. Neraka merupakan tempat untuk orang yang berbuat pengelabuan dan pemalsuan.

Rasulullah Muhamad SAW pernah mengatakan bahwa sebagian besar rezeki manusia diperoleh dari aktivitas perdagangan. Hal ini disabdakan beliau dalam hadis yang diriwayatkan oleh Ibrahim AlHarabi:

تِسْعَ عَشْرَ الرَّزْقِ مِنَ التِّجَارَةِ

“berdaganglah kamu, sebab lebih dari sepuluh bagian penghidupan, sembilan diantaranya dihasilkan dari perdagangan.”

Al-Qur'an sangat menghargai aktivitas bisnis yang jujur dalam penjualan. Al-Qur'an menganggap bahwasanya bisnis itu adalah tindakan yang halal dan diperbolehkan, baik dan sangat menguntungkan, baik keuntungan secara individu maupun berkelompok. Perdagangan yang jujur dan adil serta bisnis yang fair sangat dihargai, direkomendasikan dan dianjurkan dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاذِ الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ
يُعْظُمُ لِعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.

Berdasarkan ayat diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan suatu bisnis harus dengan norma dan aturan Islam untuk memperoleh keberkahan dan ridho Allah SWT. Syariat Islam tidak mengharamkan semua yang dibutuhkan oleh manusia dan berkaitan dengan kemaslahatan kehidupan mereka yaitu dengan berusaha atau bekerja dengan cara melakukan berbagai penjualan dengan strategi yang ada tanpa bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah yang melandasinya sehingga kemaslahatan tersebut lebih besar dari mudharatnya.

Perdagangan adil adalah untuk menegakkan kejujuran dalam transaksi serta menciptakan hubungan baik dalam berdagang. Ketidakjujuran dalam perdagangan sangat dilarang oleh Nabi. Bahkan, beliau menyatakan bahwa perdagangan sebagai suatu hal yang haram, bila keuntungan individu yang diperoleh dari transaksi perdagangan itu akan mendatangkan kerugian dan

penderitaan pada beberapa orang lain atau masyarakat yang lebih luas. Hal ini pun telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Ash-Shaff ayat 10:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ

“Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih.”

Untuk menjadi pedagang yang baik, Islam telah mengatur agar persaingan antar pedagang di pasar dilakukan dengan cara yang adil dan jujur. Segala bentuk transaksi yang menimbulkan ketidakadilan serta berakibat terjadinya kecenderungan meningkatnya harga barangbarang secara dzalim sangat dilarang oleh islam, dan petunjuk inipun akan menyelamatkan kita dari Azab Allah SWT.

Praktek penjualan dalam konteks Islam baik itu melalui online merupakan bagian dari ibadah yang memiliki derajat yang tinggi. Orientasi utama disisi profit di dunia juga mencari kebahagiaan dan di akhirat kelak. Untuk mencapai kesuksesan bisnis, baik di dunia dan akhirat kelak maka kuncinya adalah memahami dan menerapkan empat sifat yang melekat pada Rasullulah Muhamad SAW, diantaranya:

a. Shiddiq (Benar Dan Jujur)

Benar dalam arti kata memberitahukan sesuatu secara benar dan tidak ada unsur penipuan ataupun bermaksud menyembunyikan sesuatu. Hal ini pula sesuai yang terkandung di dalam Al-Qur'an Surah At-Taubah ayat 119:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.”

Dari ayat di atas kita dapat mengetahui bahwa bersikap shidiq membuat kita menjadi golongan orang yang bertakwa. Dan secara operasional pun kemampuan pedagang dalam bersikap jujur dan profesional ketika melayani konsumen atau pelanggan dapat mewujudkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan hal ini tentunya akan berdampak baik bagi perusahaan.

b. Amanah (Terpercaya)

Amanah dapat di maknai dengan sikap bertanggung jawab dan menepati janji tidak mengurangi atau menambah apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan ditambah, dalam hal ini jujur dan bertanggung jawab dalam aktivitas bisnis. Seperti dalam Al- Qur'an surah Al-Ahzab ayat 72:

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا

“Sesungguhnya Kami telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, Maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu Amat zalim dan Amat bodoh.”

Dari ayat diatas dapat kita ketahui bahwa amanah merupakan sikap yang penting, karena dalam berlaku bisnis jika tidak mempunyai sifat amanah, bisnis tersebut tidak akan dipercaya lagi oleh para konsumen.

c. Fathanah (Cerdas dan Cakap)

Fathanah yang dimaksudkan disini adalah bijaksana yaitu bijak dalam menjalankan praktik pemasaran sehingga tidak melupakan urusan akhirat, dan cerdas seperti dalam Al-Qur'an Surah Al-Israa' ayat 36:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya.”

Dari ayat di atas kita mengetahui bahwa seorang pengusaha harus mampu memunculkan kreativitas dan inovasi yang bermanfaat salah satu bentuk kecerdasan pemasar muslim adalah melakukan segmentasi secara benar dengan menentukan dua aspek fathanah yaitu cakap dalam hal administrasi dan manajemen serta mampu mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen.

d. Tabligh (Komunikatif)

Representasi pemasar dalam menyampaikan informasi ide dan gagasan dengan benar melalui tutur kata yang tepat sesuai dengan budaya dan lingkungannya sehingga mudah dipahami dan dimengerti dengan kapasitas lawan bicaranya.

Sifat-sifat dasar tersebut sangat mempengaruhi perilaku nabi Muhamad SAW dalam berbisnis, sehingga dapat membawa beliau sukses dalam berbisnis. Hal ini juga merupakan pula ajaran yang sangat baik untuk diikuti oleh umatnya, agar bisnis yang digeluti dapat berkembang dengan baik dan diridhai oleh Allah SWT.

Promosi juga sangat dianjurkan oleh Rasulullah adalah menjelaskan kepada konsumen dengan benar, tidak hanya keunggulannya saja yang dijelaskan akan tetapi kekurangannya pun juga harus dijelaskan agar tidak ada salah satu orang yang dirugikan.

Adapun cara yang dilakukan oleh Rumah Batik MJ dalam mempromosikan produknya sudah sesuai dengan ekonomi Islam yaitu

dengan menyampaikan informasi yang memang sesuai dengan keadaan produk yang dijualnya.

Dalam melakukan promosi, terdapat nilai-nilai keislaman yang dapat dijadikan pedoman dalam promosi, diantaranya:

a. Tulus/Ikhlas

Dalam hal ini promosi harus didasarkan atas niat yang baik dan tidak ada iktikad buruk terhadap orang lain. Tidak boleh mempromosikan produk barang atau jasa dengan merendahkan produk lainnya. Islam tidak hanya menekankan agar memberikan timbangan dan ukuran yang penuh tapi juga dalam menimbulkan iktikad baik dalam transaksi bisnis, karena hal ini dianggap sebagai hakikat bisnis.

b. Kejujuran

Dalam berpromosi informasi yang dipaparkan harus sesuai dengan spesifikasi produk itu sendiri dan tidak boleh menyelewengkan informasi tentang suatu produk. Jujur merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang yang beriman. Diantara nilai transaksi yang terpenting adalah kejujuran.

c. Promosi yang bermakna

Pesan yang disampaikan harus mempunyai nilai pendidikan kepada masyarakat. Termasuk di dalamnya tidak boleh memasang gambar mengeksploitasi tubuh wanita agar gambar tersebut menarik di mata konsumen terutama kaum pria, sehingga mereka tertarik untuk membelinya.

d. Tanggung jawab/Amanah

Bertanggung jawab terhadap apa yang dipromosikan dan menepati janji yang diberikan dalam sebuah promosi. Amanah adalah sifat terpuji yang merupakan salah satu moralitas keamanan.