

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kata promosi pasti sudah sering sekali kita lihat dan kita dengar setiap hari di sekitar kita, mulai dari obrolan teman atau keluarga, media cetak, dan masih banyak lagi. Tetapi mungkin masih banyak orang yang belum tahu dengan jelas apaitu pengertian promosi, jenis-jenis, tujuannya, dan contoh-contoh konkret mengenai promosi.¹

Masyarakat awam sering mendengar dan membaca promosi, baik itu promosi dalam bentuk media cetak, baliho, billboard, radio, televisi, dan internet. Mereka yang memiliki minat yang sesuai dengan iklan atau promosi tersebut umumnya akan membaca informasi yang ada di promosi tersebut lebih lama. Promosi sangat diperlukan untuk dapat membuat barang yang produksi menjadi diketahui oleh public dalam berpromosi diperlukan etika-etika yang mengatur bagaimana cara berpromosi yang baik dan benar serta tidak melanggar peraturan yang berlaku, etika ini juga diperlukan agar dalam berpromosi tidak ada pihak-pihak yang dirugikan oleh teknik promosi dalam mempromosikan produk-produknya haruslah menyesuaikan dengan kondisi ril dari produk-produk/jasa tersebut dengan benar sebagaimana firman Allah SWT:

يا ايها الذين امنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين

Artinya:” Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.” (QS: At-Taubah: 119).²

¹Muh. Nur Eli Brahim, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga*, (Yogyakarta: Hak Cipta, 2021), 64-65.

²Moh Toha, Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah*, (Jawa Barat: Diponegoro, 2011), 206.

Salah satu manfaat dari promosi adalah untuk membangun cerita suatu produk. Kegiatan memasarkan dan memperkenalkan suatu produk yang dilakukan dalam konteks promosi dapat membangun citra suatu produk, yaitu agar produk tersebut lebih dikenal atau lebih familiar di mata masyarakat. Promosi merupakan media komunikasi antara penyedia jasa atau pelaku usaha dengan pihak calon konsumen, hanya saja, sifat komunikasinya hanya satu arah, yaitu pihak yang melakukan promosi yang lebih banyak menunjukkan promosi yang lebih banyak menunjukkan citra produknya agar diketahui oleh masyarakat secara luas.³

Jadi pada dasarnya promosi merupakan usaha komunikasi yang bersifat persuasif atau amanat yang disusun secara mendasar dan memilih saluran yang akan digunakan agar mencapai dampak tertentu dalam usaha untuk mencapai tujuan. Tujuan kegiatan promosi adalah memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, tentang kemanfaatan, tentang keunggulan, tentang atribut-atribut yang dimiliki, tentang harga, dimana dan cara memprolehnya. Kegiatan promosi menjadi penting apalagi di era keterbukaan informasi ini. Masyarakat telah dibuat kenyang dengan informasi yang membanjir. Oleh karena itu bank harus memilih cara efektif untuk bisa menyampaikan berita kepada masyarakat dengan efektif.⁴

Jual beli sebagai sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah saw.

³ Aris Ariyanto, dkk, *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*, (Sumatra Barat: Hak Cipta 2021), 13-14.

⁴ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Hak Cipta 2010), 134.

Terhadap beberapa ayat al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah saw. Yang berbicara tentang jual beli, antara lain:

1. Surat al-Baqarah ayat 275:

الذين يأكلو الربا لا يقومون الا كما يقوم الذي يتخبطه الشيطان من المس ذلك بانهم قالت انما الربيع مثل الربا واحل الله البيع وحرم الربا فمن جاءه موعظة من ربه فانتهى فله ما سلف وأمرهالالله ومن عاد فاولئك اصحاب النار هم فيها خالدون

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.⁵

2. Surat al-Baqarah ayat 198:

ليس عليكم جناح ان تبتغوا فضلا من ربكم فاءذا افضتم من عرفات فا ذكر الله عند المشعرالحرم وذكروا كما هداكم وان كنتم من قبله لمن الضالين

Artinya: Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.⁶

3. Surat an-Nisa' ayat 29:

تجارة عن تراض منكم ولا تقتلو انفسكم انالله كان يكن رحيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, 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

⁵Moh Toha, Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah*, 47.

⁶Moh Toha, Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah*, 31.

⁷ Moh. Toha, Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, 47-83.

Dari kandungan ayat-ayat al-Qur'an para ulama fiqh mengatakan bahwa hukum asal dari jual beli yaitu mubah (boleh). Akan tetapi, pada situasi-situasi tertentu, menurut Imam al-Syathibi, Para fiqh maliki, hukumnya boleh berubah menjadi wajib. Prinsip al-Syathibi bahwa yang mubah itu apabila ditinggalkan secara total, maka hukumnya boleh menjadi wajib.⁸

Undang-Undang Nomer 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UUPK) menyebutkan bahwa Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Salah satu fungsi hukum adalah untuk memberikan perlindungan kepada warga masyarakat, terutama yang berada pada posisi yang lemah akibat hubungan hukum yang tidak seimbang. Demikian halnya dengan hukum perlindungan konsumen untuk melindungi konsumen dari pelaku usaha yang tidak jujur.

Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.⁹

Praktek promosi menggunakan satu harga dalam jual beli seperti yang dilakukan di Toko Berkat Fashion yang terletak di Jl. Trunojoyo No. 63 Pamekasan Madura. Meraka menggunakan trik ini untuk mempromosikan barang dagangan

⁸ Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2010), 68-70.

⁹Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Malang: UB Press 2011), 31-42.

yang ada di toko mereka, dengan memasang banner bertulisan serba Rp. 35.000 di dalam maupun di luar toko dengan warna-warna yang mencolok masyarakat di buat tertarik untuk memasuki toko tersebut. Padahal, tidak semua barang yang terdapat dalam toko tersebut tidak semua berharga Rp. 35.000 ada juga barang yang memiliki harga lainnya. Contoh barang yang harganya Rp. 35.000 seperti baju, rok, sepatu, jam tangan dan lain-lain, sedangkan yang harganya di atas Rp. 35.000 seperti cardigan, sweeter, drees, boneka dan lain-lain.¹⁰

Promosi ini mengundang banyak pro dan kontra dalam masyarakat sebab toko tersebut mempromsikan toko yang sebenarnya tak semua satu harga. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **"Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli Pada Toko Berkat Fashion Jl. Trunojoyo No.63Pamekasan Madura"**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Praktik Strategi Promosi Satu Harga dalam Jual beli di Toko Berkat Fashion Jl. Trunojoyo No. 63 Pamekasan Madura?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Strategi Promosi satu Harga dalam jula beli di Toko Berkat Fashion Jl. Trunojoyo No. 63 Pamekasan Madura?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana Praktek Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli di Toko Berkat Fashion Jl. Trunojoyo No.63 Pamekasan.

¹⁰ Agus Wahyudi, Selaku Pemilik, Wawancara Langsung (Toko Serba 35.000, 18 Oktober 2021)

2. Untuk mengetahui Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli di Toko Berkat Fashion JI. Trunojoyo No.63 Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teoritis

Dengan adanya penelitian ini harapannya dapat memberikan informasi yang dapat diserap menjadi ilmu terkait Promosi dalam Jual Beli dalam Hukum Ekonomi Syariah.

Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai wawasan dan pembelajaran tentang Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Promosi Dalam Jual beli di Toko Berkat Fashion JI. Trunojoyo No. 63 Pamekasan Madura yang memberikan manfaat kepada;

- a. Bagi Peneliti

Dengan ditulisnya penelitian ini semoga penelitian dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan ilmu hukum khusus dibidang Hukum Ekonomi Syariah mengenai masalah tentang Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Promosi Dalam Jual beli di Toko Berkat Fashion JI. Trunojoyo No. 63 Pamekasan Madura.

- b. Bagi Konsumen

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberi masukan terhadap konsumen untuk menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca atau

konsumen sehingga konsumen mengetahui hukum jual beli yang mereka lakukan

c. Bagi Toko Berkat Fashion

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan tentang Hukum Ekonomi Syariah terhadap Strategi Promosi dalam Jual beli di Toko Berkat Fashion.

d. Bagi IAIN Madura

Sebagai tambahan literatur perpustakaan IAIN Madura untuk bahan bacaan atau refrensi yang dapat bermanfaat bagi para mahasiswa/mahasiswi yang sedang mengembangkan keilmuannya dibidang hukum hukum ekonomi Syariah khususnya tentang Strategi Promosi dalam Jual beli di Toko Berkat Fashion.

E. Definisi Istilah

Beberapa istilah yang dijelaskan dalam proposal ini untuk memudahkan pembaca memahami isi penelitian dan agar terhindar dari kesalahfahaman Antara penulis dan pembaca dalam memahami penelitian ini. Adapun istilah itu diantaranya:

1. Promosi adalah sebuah usaha untuk menyebarluaskan atau menawarkan sebuah produk atau jasa dengan tujuan menarik para calon konsumen untuk membelinya.
2. Satu harga adalah dimana didalam sebuah Toko barang-barang yang dijual menggunakan harga yang sama.

3. Hukum Ekonomi Syari'ah adalah hukum atau aturan yang mengatur tentang perbuatan/kegiatan usaha yang dilaksanakan menurut prinsip syari'ah.

F. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang juga mengangkat judul berbeda dengan menggunakan teori pembahasan yang hampir sama peneliti yang dilakukan oleh peneliti saat ini. Yakni peneliti ini berjudul "Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli Studi Kasus Di Toko Berkat Fashion Jl. Trnojoyo No. 63 Pamekasan Madura.

1. Anita Ratmawati, dengan judul: "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Etika Promosi Penjualan Melalui Media (Studi Kasus Toko Aldis Store Desa Sampang Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap)". Skripsi, Tahun 2017, Fakultas Syari'ah IAIN Purwokerto, INSTITUT Agama Islam Negeri Purwokerto. Skripsi ini membahas Tinjauan Hukum Islam Terhadap Etika Promosi Penjualan Melalui Media (Studi Kasus Toko Aldis Store Desa Sampang Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap)". Dari biasanya mereka selalu update terhadap produk keluaran baru dan langsung membelinya. Etika promosi penjualan melalui media di Toko Aldis Store Dari segi periklanan yang dilakukan Toko Aldis Store sudah sesuai dengan hukum Islam. Dan dari segi

transaksi sudah sesuai karena transaksi kebanyakan dilakukan secara tunai dan jelas.¹¹

Letak perbedaan penelitian diatas dengan yang akan saya teliti adalah, penelitian diatas membahas tentang promosi penjualan melalui media sedangkan yang akan saya teliti tentang promosi dalam satu harga. Sedangkan persamaannya sama-sama membahas tentang promosi dalam jual beli.

2. Juwanto Edy Saputro, dengan judul: "Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli DI Pasar Cendrawati Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah". Skripsi, Tahun 2018, Fakultas Syari'ah, Institut Agama Islam Negeri IAIN Metro. Skripsi ini membahas Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli DI Pasar Cendrawati Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Toko yang diperbolehkan memberikan diskon dalam Hukum Ekonomi Syariah yaitu toko yang menggunakan diskon sebesar 10%,20%, 30%, hingga 40%, dan memberikan harga diskon dengan kejujuran, keterbukaan antara penjual dan pembeli serta memasang label harga disetiap barang yang didiskon. Sedangkan yang tidak diperbolehkan memberikan harga diskon dalam Hukum Ekonomi Syariah yaitu toko yang menggunakan diskon sebesar 50% sampai dengan 70%, sebab kualitas barang tidak bagus dan barang yang di diskomerupakan barang lama sehingga barang tersebut cepat rusak.¹²

¹¹ Anita Rahmawati, dengan judul. *"Tinjauan Hukum Islam Terhadap Etika Promosi Penjualan Melalui Media(Studi Kasus Toko Aldis Store Desa Sampang Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap)"*, Skripsi, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2017)

¹² Juanto Edy Saputro, dengn judul. *"Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Persepektif Hukum Ekoonomi Syariah"*, Skripsi, Skripsi, (Metrro: IAIN Metro, 2018).

Letak perbedaan penelitian diatas dengan yang akan saya teliti adalah penelitian diatas membahas tentang diskon dalam jual beli di pasar, sedangkan yang akan saya teliti membahas tentang promosi satu harga dalam jual beli. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan kajian teori hukum ekonomi syariah.

3. Mira Handayani, dengan Judul: “Strategi Promosi Penjualan Toko Cahaya Terang Kota Palopo”. Skripsi, Tahun 2019, Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Skripsi ini membahas tentang Strategi Promosi Penjualan Toko Cahaya Terang Kota Palopo. Dalam meningkatkan penjualan yaitu melalui kegiatan periklanan, personal selling yang meliputi pemberian kartu nama dan kartu ucapan selamat, melakukan promosi penjualan melalui penyediaan contoh produk, kupon, potongan harga dan publisitas. Selain itu, promosi yang dilakukan toko cahaya tentang kota palopo.¹³

Letak perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang akan di teliti adalah penelitian di atas objeknya lebih ke strategi promosi dalam bentuk produk, kupon, potongan harga dan publisitas sedangkan yang akan saya teliti lebih fokus ke bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap strategi promosi satu harga dalam jual beli. Sedangkan persamannya sama-sama membahas tentang strategi promosi dalam jual beli.

¹³ Mitra Handayani, dengan judul. “*Strategi Prromosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Toko Cahaya Terang*”, (Palopo: IAIN Palopo, 2019).