

BAB V

PEMBAHASAN

A. Praktik *Marketing Syariah* Pada Penjualan Jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep

Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapapun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam. Pemasaran berhubungan dan berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu dari definisi pemasaran yang terpendek ialah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan.¹⁰²

Berbisnis dengan cara Nabi Muhammad, adalah cara berbisnis menurut Islam. Nabi Muhammad adalah nabi terakhir yang diturunkan untuk menyempurnakan ajaran-ajaran tuhan yang diturunkan sebelumnya. Rasulullah adalah suri teladan bagi umat-Nya. Sebagaimana yang termaktub dalam Q.S Al-Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ
اللَّهَ كَثِيرًا

¹⁰² Tamamudin, Merefleksikan Teori Pemasaran ke dalam Praktik Pemasaran Syariah, *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Vol. 12, No. 2, (2014): 274.

Artinya:”*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah*”.¹⁰³

Beliau selalu memberikan contoh yang sangat baik dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi dengan jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggan mengeluh, dan kecewa. Beliau selalu menepati janji dan menjaga barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan. Sembilan etika pemasar yang menjadi prinsip syariah dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, sebagai berikut:

1. Memiliki kepribadian spiritual (Takwa)

Dalam melakukan pemasaran tidak semata-mata untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk menolong sesama. Pemasaran dilakukan dalam rangka untuk melakukan kebajikan dan ketakwaan kepada Allah dan bukan sebaliknya. Etika yang dipraktikkan penjual jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep disini dibuktikan dengan penjelasan penjual yaitu: jam buka pada hari biasanya dari jam 07:00-12:00 (pagi), 13:00-16:00 (siang), 19:30-22:00 (malam). Sedangkan di hari Jum’at ada sedikit perbedaan dari hari-hari biasanya yaitu dari jam 07:00-10:30 (pagi), 13:00-16:00 (siang), 19:30-22:00 (malam). Perbedaan tersebut dikarenakan penjual sangat memperhatikan waktu sholat (kepribadian spiritual) dalam artian penjual jamu disini taqwa kepada Allah dan memiliki kepribadian yang baik.

¹⁰³ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an, Terjemah dan Tafsir untuk Wanita* (Bandung: Jabal, 2010), 420.

2. Berprilaku baik dan simpatik (*Shidiq*)

Sikap simpatik dan menghargai hak orang lain akan membuat orang lain bahagia dan senang. Islam melarang seseorang mengambil hak orang lain secara batil, tidak baik dan tidak simpatik. Etika yang di praktikkan penjual jamu Madura disini dibuktikan dengan penjelasan konsumen yaitu: Penjual jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep sangat baik dalam hal melayani konsumen. Meskipun konsumen hanya berkonsultasi atau hanya sekedar bertanya saja. Penjualnya sangat simpatik dan baik kepada konsumen, meskipun konsumen hanya bertanya dan tidak untuk membelinya.

3. Berlaku adil dalam bisnis (*Al-adl*)

Sikap adil akan mendekatkan pelakunya pada nilai ketakwaan. Sikap adil termasuk diantara nilai-nilai yang ditetapkan oleh Islam dalam semua aspek ekonomi Islam. Sistem ekonomi/etika yang luas ini menekankan keadilan dan produktifitas, kejujuran dalam perdagangan serta kompetisi yang tidak merugikan. Etika yang dipraktikkan penjual jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep disini dibuktikan dengan penjelasan konsumen yaitu: Penjual Jamu Madura disini sangat adil dalam melayani konsumen, baik konsumen lama, maupun konsumen baru sama-sama dilayani dengan baik oleh penjual. Penjual disini juga memberikan konsumen solusi tentang produk jamu yang sesuai dengan penyakit konsumen.

4. Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*)

Rendah hati dan perilaku lemah lembut sangat dianjurkan dalam islam. Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar. Tanpa sikap melayani yang melekat dalam kepribadiannya, dia bukanlah seorang yang berjiwa pemasar. Melekat dalam sikap melayani ini adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati. Etika yang dipraktikkan penjual jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep disini dibuktikan dengan penjelasan konsumen yaitu: Penjual jamu Madura disini, sangat sopan, baik dan rendah hati dalam melayani semua konsumen sehingga konsumen merasa sangat dihargai oleh penjual.

5. Menepati janji dan tidak curang

Selalu menepati janji dan tidak curang dalam pemasaran termasuk dalam penentuan kuantitas barang dan jasa. Etika yang dipraktikkan penjual jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep disini dibuktikan dengan penjelasan penjual yaitu: Penjual sudah menentukan harga jamu dari awal. Penjual terlebih dahulu memberi tahu konsumen rincian harganya sebelum konsumen membeli. Harga yang ditetapkan penjual sangat terjangkau harga minimalnya yaitu: teh kelor Rp. 15.000/pex, stik kelor Rp.7.500/bungkus, mie kelor Rp. 6.000/bungkus, krupuk kelor Rp. 35.000/Kg, tepung kelor Rp.85.000/Kg, kapsul kelor Rp.50.000/botol.

6. Jujur dan terpercaya (Amanah)

Tidak menukar barang yang baik dengan yang buruk. Ketika seorang tenaga pemasaran mengiklankan barangnya tidak boleh dilebih-lebihkan atau mengiklankan barang bagus padahal kenyataannya tidak demikian. Etika yang dipraktikkan penjual jamu Madura disini dibuktikan dengan penjelasan konsumen yaitu: Penjual tidak pernah memberikan konsumen produk yang tidak sesuai dengan penyakit konsumen atau produk yang sudah tidak layak dikonsumsi lagi.

7. Tidak suka berburuk sangka (*Suíuzh-zhan*)

Tidak suka berburuk sangka pada barang dagangan milik orang lain. Saling menghormati satu sama lain merupakan ajaran Nabi Muhammad SAW yang harus diimplementasikan dalam perilaku bisnis. Tidak boleh satu pengusaha menjelekan pengusaha yang lain, hanya bermotifkan persaingan bisnis. Etika yang dipraktikkan penjual jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep disini dibuktikan dengan penjelasan konsumen yaitu: Penjual jamu tidak pernah berburuk sangka/suuzan sama penjual lain.

8. Tidak suka menjelek-jelekan (*Ghibah*)

Tidak suka menjelek-jelekan barang dagangan orang lain. Bagi pemasar syariah, ghibah adalah perbuatan sia-sia, dan membuang-buang waktu. Akan lebih baik baginya jika menumpahkan seluruh waktunya untuk bekerja secara profesional. Etika yang dipraktikkan penjual jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep disini

dibuktikan dengan penjelasan konsumen yaitu: Penjual jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra, tidak pernah menjelek-jelekan produk jamu di toko lain. Penjual hanya pasrah, jika memang ini rizkinya akan kembali kepadanya, tidak harus dengan jalan yang salah apalagi sampai menjelek-jelekan jualan orang lain.

9. Tidak melakukan sogok (*Riswah*)

Melakukan suap menyuap dilarang dalam Islam dan menyuap termasuk dalam kategori makan harta orang lain dengan cara batil. Etika yang dipraktikkan penjual jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep disini dibuktikan dengan penjelasan konsumen yaitu: Penjual Jamu Madura tidak pernah melakukan suap menyuap terhadap konsumen untuk membeli produk jamu di tokonya, contoh: memberi bonus ke konsumen dengan tujuan agar konsumen membeli jamu di tokonya. Berbeda dengan penjual jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep ini, yang hanya menunggu datangnya konsumen atas kemauan sendiri, tanpa adanya sogok/suap diantara penjual dan konsumen.

Sementara itu, jika ditinjau dari karakteristik pemasaran syariah yang dilakukan oleh penjual Jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra, sebagai berikut:

1. *Teistis (Rabbaniyyah)*

Kondisi ini dapat tercipta tidak karena keterpaksaan, tapi berangkat dari suatu kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktifitas pemasaran agar tidak terperosok kedalam perbuatan

perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Sifat *rabbaniyyah* yang di praktikkan penjual Jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra disini dibuktikan dengan jam operasional buka pada hari biasanya dan hari Jum'at ada perbedaan waktu. Perbedaan tersebut dikarenakan penjual sangat memperhatikan waktu sholat (nila-nilai religius).

2. *Etis (Akhlaqiyah)*

Keistimewaan dari seorang syariah marketer, ia juga sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya. Sifat *akhlaqiyah* yang di praktikkan penjual Jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra disini dibuktikan dengan memiliki sikap rendah hati pada saat melayani konsumen, jujur atau tidak curang, serta tidak menjelek-jelekan produk jamu di toko lain.

3. *Realistis (al-waqi'iyah)*

Syariah marketer harus mampu memahami dalam situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama dan ras. Fleksibilitas sengaja diberikan oleh Allah Swt agar penerapan syariah senantiasa realistis dan dapat mengikuti perkembangan zaman (*shalihun likulli zamaan wa makaan*). Sifat *al-waqi'iyah* yang di praktikkan penjual Jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra disini, dibuktikan dengan memiliki sikap adil dalam melayani konsumen, tidak membedakan suku, agama maupun ras.

4. Humanistis (*al-insaniyyah*)

Keistimewaan syariah marketing yang lain adalah sifatnya humanistis universal. Dengan memiliki nilai humanistis ia menjadi manusia yang terkontrol dan seimbang bukan manusia yang serakah yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar besarnya. Manusia yang bisa bahagia di atas penderitaan orang lain, manusia yang hatinya kering dengan kepedulian sosial. Sifat humanis yang di praktikkan penjual jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra dibuktikan dengan penjual Jamu Madura memiliki sikap sangat sopan dalam melayani konsumen sehingga konsumen merasa sangat dihargai oleh penjual.

B. *Digital Marketing Syariah* pada Penjualan Jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding atau pengenalan merek yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti *blog, website, e-mail, adwords*, ataupun jejaring sosial. *Digital marketing* bukan hanya berbicara mengenai internet marketing tapi lebih dari itu.¹⁰⁴ *Digital marketing* atau pemasaran digital memiliki arti yang hampir sama dengan pemasaran elektronik (*e-marketing*) keduanya menggambarkan manajemen dan pelaksanaan pemasaran menggunakan media elektronik, *digital marketing* adalah penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online (*channel online*) ke pasar (website, e-mail, database, digital TV dan melalui berbagai

¹⁰⁴ Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, *Creative digital marketing*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009), 47.

inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya blog, feed, podcast, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendapat keuntungan serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan.

Teknologi digital telah mengubah cara manusia dalam berbicara, berkomunikasi, bertindak, dan mengambil keputusan. Setiap hari kita selalu berhubungan dengan berbagai macam teknologi mulai dari internet hingga telepon genggam. Hal ini membuktikan bahwa dunia digital telah menjadi dunia kita. Konsep yang perlu menjadi perhatian khusus para marketer dalam melakukan aktivitas marketing, branding, dan selling di dunia digital, saat ini adalah memperhatikan konten yang dipaparkan oleh pemasar sehingga membentuk pemikiran irasional yang bertujuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian para konsumen.¹⁰⁵

Aktifitas seperti pemasaran, penjualan, pembayaran produk dan jasa-jasa yang dibeli dengan menggunakan internet merupakan salah satu kegiatan *E-commerce*. Sebagaimana yang terjadi pada penjualan jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten dengan menggunakan teknologi atau toko online, seperti: aplikasi *Tokopedia*, *Lazada* dan *Shopee*. Pemanfaatan sistem penjualan *E-commerce* tersebut, tentunya sangat efektif bagi penjualan Jamu Madura di CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep

¹⁰⁵ Mohammad Trio Febrianto dan Debby Arisandi, “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean”, Jurnal Manajemen Dewantra, Vol.1 No.2 Desember (2018), 65-66.

dari segi pemasaran dan target penjualan dikarenakan tidak adanya batas waktu dan ruang dalam pemasaran produk tersebut.

Penggunaan sistem *E-commerce* pada penjualan Jamu Madura di CV. Nurul Jannah sangat berdampak optimal bagi penjual, dimana output atau target tercapai, seperti: dalam proses penjualan mempermudah antara penjual dan pembeli karena konsumen tidak perlu datang ke toko, dari segi target penjualan mencapai 85%, seperti: kapsul 200 botol/ bulan, teh kelor 5.000 pek/ tahun, stik kelor 5.000/ tahun, mie kelor 1.500/ tahun, kerupuk kelor 200 Kg/ tahun, tepung kelor 2.000 Kg/ tahun dan perluasan pangsa pasar lebih luas, serta penjualan jamu Madura CV. Nurul Jannah Pakandangan Sangra Kabupaten Sumenep cakupannya hingga Nasional maupun Internasional.

Dalam praktek *digital marketing syariah* pada penjualan Jamu Madura di CV. Nurul Jannah Pakandangan menerapkan beberapa aspek-aspek etika bisnis Islam yang meliputi:

1. Kesatuan (*Unity*)

CV. Nurul Jannah menerapkan prinsip berbisnis bukan hanya untuk mencari keuntungan saja tetapi turut memenuhi kebutuhan manusia. Seperti CV. Nurul Jannah, menjual produk jamu Madura sehingga memenuhi kebutuhan masyarakat Madura dalam menjaga kesehatannya. Tak hanya itu, CV. Nurul Jannah juga membuka lapangan pekerjaan baru. Dalam melakukan transaksi pun pihak CV. Nurul Jannah sangat berhati-hati dan tidak melakukan kecurangan dalam bertransaksinya. CV. Nurul Jannah pun menanggung semua biaya refund apabila kesalahan berada pada pihak

penjual. Karena Allah Swt tidak membenarkan adanya kecurangan dalam jual beli.

2. Keseimbangan (Equilibrium)

Penerapan nilai keseimbangan atau keadilan pun dilakukan oleh CV. Nurul Jannah terletak pada pelayanan yang diberikan kepada calon konsumennya. Pihak CV. Nurul Jannah tidak membeda-bedakan konsumen yang ditemui. Semua konsumen dilayani dengan baik oleh CV. Nurul Jannah. Hal ini dilakukan untuk membangun loyalitas terhadap konsumen yang mereka layani baik hanya melalui digital saja maupun toko offline.

3. Kebebasan (*Freewill*)

Dalam menjual produknya, CV. Nurul Jannah tidak pernah melakukan pemaksaan seperti tidak menerapkan target penjualan. Selain itu, para pembelipun dibebaskan memilih produk yang diinginkan dan melayani sampai pembeli menemukan produk yang pas untuk dibelinya.

4. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Penerapan nilai tanggung jawab diterapkan oleh CV. Nurul Jannah untuk selalu mengutamakan SOP mereka dengan melayani semua konsumen dengan jujur dan sabar serta tidak membeda-bedakan konsumen mereka. Hal ini dilakukan supaya mulai dari pemilik CV. Nurul Jannah memiliki tanggung jawab atas pekerjaannya. pihak CV. Nurul Jannah bertanggung jawab terhadap kualitas produk yang diberikan. Hal ini sesuai dengan prinsipnya dari awal bahwa CV. Nurul Jannah menyediakan produk

sesuai dengan kualitas dan gambaran yang terdapat di kolom foto yang terpampang pada setiap *e-commerce*, sosial media mereka.

5. Kebenaran (*Benevolence*)

Penerapan nilai kebenaran yang diterapkan oleh CV. Nurul Jannah ialah dapat dilihat dari sesuainya produk yang ditawarkan dengan kondisi aslinya serta pelayanan yang selalu mengutamakan kejujuran serta keramahan kepada setiap konsumen. CV. Nurul Jannah tidak pernah menawarkan produk yang tidak sesuai dengan barang aslinya. CV. Nurul Jannah selalu menawarkan produk atau barang yang kondisinya benar-benar sesuai supaya tidak mengecewakan para konsumennya.