

ABSTRAK

Diah Ayu Retno Bidari, 17101163104, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi *Share in Jar* dalam Pemasaran Kosmetik (Studi Kasus di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung), Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, IAIN Tulungagung, 2020, Pembimbing: Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag, M.H.I.

Kata kunci :Etika Bisnis Islam, Strategi *Share in Jar*, Pemasaran Kosmetik

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya strategi *share in jar* yang terjadi di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung. Strategi *share in jar* dilarang karena dapat merugikan orang lain. Apalagi jika tidak sesuai dengan etika bisnis islam maka para penjual disarankan untuk tidak menggunakan strategi ini dikarenakan dalam prosedur pengemasan bisa terjadi pengurangan kadar yang terkandung dalam kosmetik itu sendiri.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi *share in jar* dalam pemasaran dan dalam meningkatkan volume penjualan produk kosmetik Nature Republic Aloe Vera di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung, 2) Bagaimana strategi *share in jar* dalam pemasaran dan dalam meningkatkan volume penjualan produk kosmetik Nature Republic Aloe Vera di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung ditinjau dari etika bisnis Islam. Adapun tujuan penelitian ini anatara lain : 1) Untuk mendiskripsikan strategi *share in jar* dalam pemasaran dan dalam meningkatkan volume penjualan produk kosmetik Nature Republic Aloe Vera di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung. 2) Untuk menganalisis strategi *share in jar* dalam pemasaran dan dalam meningkatkan volume penjualan produk kosmetik Nature Republic Aloe Vera di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung ditinjau dari etika bisnis Islam.

Metode yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan proses pengumpulan data, pembersihan data, penyederhanaan/meringkas data, penyajian dalam bentuk deskriptif verbalitas, penelitian kembali, dan perumusan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Dalam strategi *share in jar* penjual membeli produk asli kemudian dibagi dalam kemasan yang lebih kecil dan mudah dibawa kemana-mana dengan harga lebih ekonomis. Dalam meningkatkan volume penjualan produk kosmetik penjual mempromosikan produk dengan memposting di media sosial seperti facebook, instagram, dan e-commerce seperti shopee. 2) Sistem *share in jar* pada Toko Khoyiir di

Tulungagung barang yang dijual dalam keadaan baik tetapi setelah dikemas dalam wadah yang baru, tidak ada kejelasan spesifikasi produk dan proses sterilisasi dalam pengemasannya. Maka jual beli kosmetik *share in jar* berdasarkan analisis manfaat dan mudharatnya, tidak diperbolehkan karena kosmetik *share in jar* tersebut dikhawatirkan melampui batas kadaluarsa dan kesterilisasi dalam pengemasan yang dapat menimbulkan bahaya pada konsumen.

ABSTRACT

Diah Ayu Retno Bidari, 17101163104, Islamic Business Ethics Review of Share in Jar Strategy in Cosmetics Marketing (Case Study at Khoyiir Store, Tulungagung District, Tulungagung Regency), Sharia Economic Law Department, faculty of sharia and law, IAIN Tulungagung, 2020, Advisor: Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag, M.H.I.

Keywords: Islamic Business Ethics, Share in Jar Strategy, Cosmetics Marketing

This research was motivated by the share in jar strategy that occurred in Khoyiir Store, Tulungagung District, Tulungagung Regency. The share in jar strategy is prohibited because it can harm others. Moreover, if it is not in accordance with Islamic business ethics, sellers are advised not to use this strategy because in the packaging procedure there can be a reduction in the levels contained in the cosmetics themselves.

The formulation of the problems in this study are: 1) How is the share in jar strategy in marketing and in increasing the sales volume of Nature Republic Aloe Vera cosmetic products at Khoyiir Store, Tulungagung District, Tulungagung Regency, 2) How is the share in jar strategy in marketing and in increasing product sales volume Nature Republic Aloe Vera cosmetics at Khoyiir Store, Tulungagung District, Tulungagung Regency in terms of Islamic business ethics. The objectives of this study include: 1) To describe the share in jar strategy in marketing and in increasing the sales volume of Nature Republic Aloe Vera cosmetic products at Khoyiir Store, Tulungagung District, Tulungagung Regency. 2) To analyze the share in jar strategy in marketing and in increasing the sales volume of Nature Republic Aloe Vera cosmetic products at Khoyiir Store, Tulungagung District in terms of Islamic business ethics.

The method used by researchers is a qualitative method. Methods of data collection through observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques with the process of collecting data, cleaning data, simplifying / summarizing data, presenting in the form of descriptive verballity, re-research, and formulating conclusions.

The results of this study indicate that: 1) In the share in jar strategy the seller buys the original product and then divides it into smaller, easy-to-carry packages at a more economical price. In increasing the sales volume of cosmetic products, sellers promote products by posting on social media such as Facebook, Instagram, and e-commerce such as shopee. 2) The share in jar system at the Khoyiir Shop in Tulungagung that goods are sold in good condition but after being packaged in new containers, there is no clarity on product specifications and the sterilization process in their packaging. So the sale and purchase of share in jar cosmetics based on the analysis of the benefits and harms, is not allowed because

it is feared that share in jar cosmetics will exceed the limit of cadury and sterilization in packaging which can cause harm to consumers.

المخص

ديه ايو رطنو بداري, ١٧١١١٠٩٨٧٦, مراجعة احلاقيات العمل الإسلامية للا ستر اتيحية
حصّة في جرة في تسويق مسحضرات التجميل (دراسة حالة في المتجر خير
المقا طعان تولونج اجونج منطقة تولونج اجونج) قسم التعليم الاقتصادي
ادارة كلية الشريعة والقانون, ايان تولونج اجونج, ٢٠٢٠, المسرف : دكتور
قطبوالدين عيبك

كان الدافع وراء هذا البحث هو المشاركة في استراتيجية الجرة التي حدثت في متجر

خويبر ، منطقة

تولونغاغونغ ، مقاطعة تولونغاغونغ. المشاركة في إستراتيجية الجرة محظورة لأنها يمكن أن تضر
الآخرين. علاوة على ذلك ، إذا لم يكن ذلك متوافقاً مع أخلاقيات العمل الإسلامية ، يُنصح
البائعون بعدم استخدام هذه الاستراتيجية لأنه في إجراءات التعبئة يمكن أن يكون هناك انخفاض في
المستويات الموجودة في مستحضرات التجميل نفسها.

صياغة المشاكل في هذه الدراسة هي: (١) كيف تكون الحصّة في استراتيجية الجرة في
التسويق وفي زيادة حجم مبيعات مستحضرات التجميل من جمهورية الطبيعة الألوة فيرا في متجر
خير ، منطقة تولونج اجونج ، تولونج اجونج المناطق، (2) كيف تكون الحصّة في إستراتيجية الجرة
في التسويق وفي زيادة حجم مبيعات المنتجات مستحضرات التجميل من جمهورية الطبيعة الألوة فيرا
في متجر خير ، منطقة تولونج اجونج ، تولونج اجونج المناطق من حيث أخلاقيات العمل
الإسلامية. تشمل أهداف هذه الدراسة ما يلي: (١) وصف الحصّة في استراتيجية الجرة في التسويق
وزيادة حجم مبيعات مستحضرات التجميل من جمهورية الطبيعة الألوة فيرا في متجر خير ، منطقة
تولونج اجونج ، تولونج اجونج المناطق (2) لتحليل الحصّة في استراتيجية الجرة في التسويق وزيادة
حجم مبيعات مستحضرات التجميل من جمهورية الطبيعة الألوة فيرا في متجر خير ، منطقة تولونج
اجونج من حيث أخلاقيات العمل الإسلامية.

الطريقة التي يستخدمها الباحثون هي طريقة نوعية. طرق جمع البيانات من خلال
الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تقنيات تحليل البيانات مع عملية جمع البيانات ، وتنظيف البيانات ،

وتبسيط / تلخيص البيانات ، وتقديمها في شكل لفظ وصفي ، وإعادة البحث ، وصياغة الاستنتاجات .

تشير نتائج هذه الدراسة إلى ما يلي: 1) في الحصة في استراتيجية الجرة ، يشتري البائع المنتج الأصلي ثم يقسمه إلى عبوات أصغر يسهل حملها بسعر أكثر اقتصادا. في زيادة حجم مبيعات مستحضرات التجميل ، يقوم البائعون بالترويج للمنتجات من خلال النشر على وسائل التواصل الاجتماعي مثل فستوك و إنستجرام والتجارة الإلكترونية مثل صوفي. 2) الإسلام لديه مبادئ أخلاقية في التجارة يجب أن يطبقها الفاعلون التجاريون كالتزام من جانب الفاعلين التجاريين في تنفيذ أعمالهم والتي يمكن تفسيرها صراحة لحماية المستهلك للسلع ، أي مبادئ الحق والجدارة بالثقة والصدق ، حيث يعرف جميع الأطراف ، سواء الفاعلين التجاريين أو المستهلكين ، معلومات بعضهم البعض. بالنسبة لهذه السلع ، من حيث الجودة والكمية وكمية البضائع ، بمعنى آخر ، يجب إرفاق معلومات واضحة بالمنتج. في شراء وبيع الحصة في نظام الجرار في متجر خوير في تولونغونغ ، يكون منظور الشريعة الإسلامية قد استوفى الصياغة في الشريعة الإسلامية ، أي استيفاء شروط وأحكام بيع وشراء البضائع في حالة جيدة ، ووضوح مواصفات المنتج ، وعملية التعقيم ، والوزن الذي يظهر الصدق.