

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Internet merupakan alat interaksi sosial yang sudah banyak memberi kemudahan berkomunikasi maupun menerima informasi dalam segala bidang pada saat ini. Perkembangan zaman yang sangat cepat ini menghantarkan banyak orang yang menghadapi persaingan global yang sangat ketat terutama pada dunia bisnis. Transaksi jual beli merupakan salah satu bentuk transaksi yang selalu kita gunakan setiap harinya.

Jual beli secara etimologis artinya menukar harta dengan harta, sedangkan secara terminologis artinya transaksi penukaran selain dengan fasilitas dan kenikmatan. Jual beli adalah dua kata yang saling berlawanan, namun masing-masing sering digunakan untuk arti kata yang lain secara bergantian. Oleh sebab itu, masing-masing dalam akad transaksi disebut sebagai pembeli dan penjual.³

Jual beli dalam Islam sebagai sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia yang mempunyai landasan kuat dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi SAW terdapat sejumlah ayat Al-Qur'an yang berbicara tentang jual beli, diantaranya dalam surah al-Baqarah ayat 275 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ

³ <https://pengusahamsulim.com/69-hukum-jual-beli-definisi-klasifikasi-pembagian-dan-syarat.html>. Diakses pada Minggu, 05 April 2020 pukul 11.50 WIB.

Artinya : “ Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*”. (QS. al-Baqarah : 275)⁴

Konsep transaksi jual beli dalam Islam pun sudah sangat dijelaskan. Dalam kegiatan jual beli tidak semata-mata hanya mencari keuntungan dengan menggunakan cara apapun yang boleh dilakukan demi meraih tujuan tersebut. Akan tetapi Islam sangat menekankan agar dalam bertransaksi harus didasari dengan itikad baik.

Islam telah memberikan aturan-aturan seperti yang telah diungkapkan oleh para ulama fiqh mengenai rukun dan syarat, baik yang berkenaan dengan pihak penjual dan pembeli, akad, maupun objek akad yang diperjualbelikan. Islam memiliki batasan tertentu mengenai objek akad yang diperjualbelikan. Menurut Al Muslih, ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan produk:

1. Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik;
2. Produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal;
3. Dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.⁵

⁴ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Pustaka Agung Harapan, 2006), hal. 58.

⁵ Al-Muslih, Abdullah dan Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta: Darul Haq, 2004), hal. 331.

Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam bisnis merupakan hal yang sangat penting, namun pada era seperti ini seakan nilai-nilai etika maupun prinsip-prinsip etika dalam berbisnis semakin luntur. Istilah etika secara umum merujuk pada baik buruknya perilaku manusia. Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan. Dalam buku etika bisnis karangan Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam acuan bisnisnya.⁶ Sehingga dalam menjalankan bisnis tidak perlu ada kekhawatiran sebab menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Teknologi yang semakin berkembang akan mempengaruhi pola hidup gaya hidup sosial termasuk kehidupan masyarakat muslim. Internet saat ini menjadi unggulan dalam usaha memenangkan persaingan bisnis. Banyak sekali kegiatan-kegiatan usaha yang dilakukan para pelaku bisnis untuk mengembangkan perusahaannya. Pada saat ini jumlah counter sangat banyak di berbagai daerah termasuk di kota Tulungagung, hal ini dikarenakan bisnis counter HP menjanjikan karena pada saat ini HP seperti halnya kebutuhan pokok bagi manusia.

Situasi pasar saat ini semakin kompetitif dengan persaingan yang semakin meningkat pula diantara pembisnis. Dalam memasarkan produk tentunya setiap perusahaan mempunyai strategi pemasaran tersendiri, baik

⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plusm, 2012), hal. 29

strategi pemasaran secara modern atau tradisional. Seperti yang dilakukan salah satu counter HP terbesar di Tulungagung yakni Basuki Rahmat Phone (BRP) Celluler Tulungagung yang menawarkan kredit HP dengan angsuran bunga 0%. Counter BRP celluler merupakan counter HP yang sangat diminati masyarakat Tulungagung. Harga jauh lebih murah, dan banyak menawarkan promo menjadi alasan untuk masyarakat Tulungagung membeli telepon seluler di sini.

Kata kredit memang rasanya sudah tak asing lagi didengar. Saat ini kredit tidak hanya dikenal oleh masyarakat perkotaan saja, namun sudah dikenal akrab sampai di pedesaan sekalipun. Jual beli kredit sering dilakukan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Cara kredit memberi solusi pembayaran secara bertahap, diangsur dalam kurun waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan pembeli dan penjual. Menurut beberapa ulama, seperti Ulama Syafiiyah, Hanafi, Hambali, Maliki serta mayoritas ulama lainnya berpendapat bahwa hukum kredit dalam Islam diperbolehkan, hal ini didasarkan pada beberapa hal, pertama tidak ada dalil yang mengharamkan kredit ini juga beracuan pada kaidah ushul fiqh yang menyatakan bahwa “ *asal dari hukum sesuatu adalah mubah (boleh), sampai ada yang mengharamkan atau memakruhkannya*”.

Kedua, firman Allah yang membolehkan hutang piutang karena praktik kredit sama dengan hutang piutang. Maka dari itu kredit juga diperbolehkan asalkan tidak ada unsur penambahan bunga sesuai didalam surat Al-Baqarah ayat 282:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya : “ *Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya*”. (QS. Al-Baqarah : 282).⁷

Ketiga, berdasarkan hadist sahih tentang Rasulullah SAW yang pernah berhutang. Dibolehkannya transaksi kredit didasarkan pada hadist sahih yang menjelaskan bahwa Nabi Muhammad SAW pernah membeli makan dengan cara berhutang

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ

اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَىٰ أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

Artinya : “*Aisyah r.a berkata bahwa Rasulullah membeli makanan dari seorang yahudi dan menjaminkan kepadanya baju besi*” (HR. Bukhari no. 1926, kitab al-buyu’ dan muslim).⁸

Fenomena yang terjadi pada pelaku bisnis terkadang tidak mengindahkan hal-hal seperti kejujuran dalam mengatakan asal usul produk, promosi yang penuh kebohongan serta tidak menepati janji. Strategi pemasaran saat ini sangat penting bagi setiap perusahaan, karena dengan melakukan strategi pemasaran yang baik perusahaan dapat mencapai tujuan

⁷ Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemah*, (Jakarta: CV. Pustaka Agung Harapan, 2006), hal. 59.

⁸ Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gemas Insani, 2002), hal. 129.

bisnisnya. Berbagai macam strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran menggunakan sosial media adalah salah satu strategi yang saat ini banyak di gunakan oleh para pelaku usaha dengan cara mengoptimalkan fungsi sosial mereka untuk berbisnis, seperti di antaranya menggunakan media facebook, instagram, twitter, line, dan sebagainya.

Strategi di atas hanyalah sebagaian contoh kecil dari banyaknya strategi yang diterapkan oleh para pelaku bisnis. Setiap pengelola perusahaan dengan bebas dapat menerapkan segala bentuk strategi untuk menghadapi persaingan pasar maupun untuk dapat mengembangkan perusahaan. Namun, setiap inovasi dalam strategi pemasaran yang dilakukan tidak boleh menyimpang dari etika bisnis Islam. Akan tetapi, kenyataannya yang ada sekarang banyak terjadi pergesaran etika dalam berbisnis, seperti banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, penipuan, dan lain sebagainya

Dalam observasi awal yang dilakukan peneliti, srategi pemasaran yang dilakukan BRP celluler Tulungagung untuk memasarkan produknya yakni bekerjasama dengan PT. Home Credit Indonesia yakni dengan cara pembelian telepon seluler secara angsuran dengan bunga 0%. HCI berada di bawah Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Dalam Pasal 1 angka (1) Peraturan Otoritas Keuangan Nomor 30/POJK.05/2014 tentang Tata Kelola Perusahaan yang baik bagi perusahaan pembiayaan selanjutnya disebut Peraturan Otoritas Keuangan nomor 30/POJK.05/2014. Perusahaan pembiayaan adalah “ Badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang dan/atau jasa”. Dalam Pasal 2 ayat (2) Peraturan

Otoritas Keuangan nomor 30/POJK.05/2014 HCI menganut prinsip tata kelola perusahaan yang baik yaitu meliputi : keterbukaan, akuntabilitas, pertanggungjawaban, kemandirian, dan kesetaraan.⁹

Dengan adanya kata “bunga 0%” tentu saja banyak masyarakat yang tertarik untuk membeli telepon secara kredit. Proses transaksi hanya dengan mengunduh aplikasi home credit dan memenuhi persyaratan-persyaratan seperti Kartu Tanda Penduduk, Surat Izin Mengemudi, dan Kartu Keluarga sudah cukup untuk pembeli memiliki telepon seluler secara kredit.

Pembeli tertarik dengan “bunga 0 %” karena beranggapan bahwa tidak ada tambahan biaya apapun kecuali biaya pokok HP tersebut. Akan tetapi, yang dimaksudkan para pembeli tersebut berbeda dengan yang dimaksud perusahaan. Pada kenyataannya BRP celluler Tulungagung yang bekerjasama dengan home credit menetapkan biaya administarsi di awal transaksi sebesar Rp. 200.000. Biaya tersebut merupakan biaya yang menjadi wajib jika melakukan pembelian telepon seluler secara kredit. Biaya yang tidak terpikirkan pembeli tersebut membuat beberapa pembeli kecewa.

Dalam pengamatan penulis diketahui ada beberapa permasalahan yang terjadi pada strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRP celluler Tulungagung dengan aplikasi home credit Indonesia. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “ **Strategi Pemasaran Bunga 0% dalam Penjualan Telepon Seluler Secara**

⁹ Undang-Undang Nomor 30/POJK.05/2014 *tentang tata kelola perusahaan yang baik bagi perusahaan pembiayaan.*

Angsuran Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Aplikasi Home Credit di BRP Celluler Tulungagung) ”.

B. Fokus Penelitian

Berdasar dari konteks penelitian di atas, maka perlu ditetapkan fokus penelitian yang sesuai dengan penelitian ini dan dapat menjawab permasalahan yang ada. Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran bunga 0% dalam penjualan telepon seluler secara angsuran dengan aplikasi home credit di BRP celluler Tulungagung ?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam mengenai strategi pemasaran bunga 0% dalam penjualan telepon seluler secara angsuran dengan aplikasi home credit di BRP celluler Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian di atas, penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai di akhir kegiatan penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran bunga 0% dalam penjualan telepon seluler secara angsuran dengan aplikasi home credit di BRP celluler Tulungagung.

2. Untuk menjelaskan tinjauan etika bisnis Islam mengenai strategi pemasaran bunga 0% dalam penjualan telepon seluler secara angsuran dengan aplikasi home credit di BRP celluler Tulungagung.

D. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

Untuk memahami agar terhindar dari kesalahpahaman dalam memahami skripsi ini terutama judul yang telah penulis ajukan yakni “Strategi Pemasaran Bunga 0% dalam Penjualan Telepon Seluler Secara Angsuran Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Aplikasi Home Credit di BRP Celluler Tulungagung)”, maka penulis akan memberikan pengertian dari istilah penting yang terkandung di dalam judul di antaranya sebagai berikut :

a. Strategi Pemasaran

Merupakan pernyataan baik secara implisit maupun eksplisit mengenai bagaimana suatu merk atau lini produk mencapai tujuannya.¹⁰ Pemasaran sendiri yakni suatu aktivitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan

¹⁰ Tri Weda Raharjo dan Herrukmi Septa Rinawati, *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019), hal. 40.

aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen.¹¹

b. Angsuran

Pembayaran kredit atau cicilan/bayaran uang tunai sebagai pembayaran angsuran yang besarnya telah ditentukan sebelumnya atau ditentukan besar kecilnya yang tergantung pada lamanya jangka waktu angsuran.¹²

c. Etika Bisnis Islam

Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnisnya.¹³

d. Aplikasi Home Credit

Menurut Wikipedia aplikasi home credit adalah aplikasi layanan pembiayaan di toko untuk konsumen yang ingin membeli produk-produk alat rumah tangga, alat-alat elektronik, handpone dan furniture. Menawarkan fitur pembayaran cicilan.¹⁴

2. Penegasan Operasional

Berdasarkan penegasan istilah di atas maka yang dimaksud dengan “Strategi Pemasran Bunga 0% dalam Penjualan Telepon Seluler Secara

¹¹ Joseph P. Cannon, dkk, *Pemasaran Dasar*, terj. Afia R dan Ria Cahyani, (Jakarta: Salemba 4, 2008), hal. 8.

¹² <https://brainly.co.id/tugas/2335370>. Diakses pada Kamis, 07 Mei 2020 Pukul 18:14 WIB

¹³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, hal. 29.

¹⁴ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Home_Credit_Indonesia Diakses pada tanggal 23 April 2020 Pukul 15:12 WIB.

Angsuran Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Aplikasi Home Credit di BRP Celluler Tulungagung)” adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran secara nyata bunga 0% dalam penjualan telepon seluler secara angsuran yang sekarang marak di minati, sudahkah strategi pemasaran tersebut sesuai dengan etika bisnis Islam.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman terhadap penelitian dan penulisan skripsi nanti penulis akan membagi menjadi VI bab dan dalam setiap bab di rinci lagi menjadi beberapa sub bab, adapun sistematika sebagai berikut :

Bab 1 : Pendahuluan, dalam bab ini dijelaskan mengenai keterangan umum dan gambaran isi skripsi yang terdiri dari : (a) konteks penelitian, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) manfaat hasil penelitian, e) penegasan istilah, (f) sistematika pembahasan. Bab ini langkah awal untuk memberikan pemahaman tentang permasalahan-permasalahan khusus mengenai strategi pemasaran bunga 0% penggunaan aplikasi home credit di BRP Tulungagung.

Bab II : Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang merupakan pijakan selanjutnya yang digunakan untuk menganalisis data di dalam laporan penelitian yang terdiri dari : (a) etika bisnis Islam (b) prinsip-prinsip etika bisnis Islam, (c) angsuran, (d) bunga 0%, (e) strategi pemasaran. (f) penelitian terdahulu.

Bab III : Metode Penelitian, dalam bab ini mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari: (a) jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisa data, (g) pengecekan keabsahan data, (h) tahap-tahap penelitian. Dalam bab ini khusus pada metodologi yang nantinya digunakan peneliti agar penelitian berjalan dengan terstruktur dan baik.

BAB IV Paparan Hasil Penelitian, dalam bab ini adalah merupakan tentang penyajian dan analisa data mengenai diskripsi Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penjualan Telepon Seluler Secara Angsuran dengan Bunga 0% yang terdiri dari: (a) paparan data, (b) temuan penelitian.

BAB V Pembahasan, dalam bab ini adalah jawaban dari rumusan masalah yang terdiri dari: (a) strategi pemasaran buga 0% dalam penjualan telepon seluler secara angsuran dalam aplikasi home credit di BRP celluler Tulungagung (b) pandangan etika bisnis Islam tentang strategi pemasaran bunga 0% dalam penjualan telepon seluler secara angsuran dalam aplikasi home credit di BRP celluler Tulungagung.

Bab VI penutup, dalam bab ini adalah merupakan suatu kesimpulan dari semua pembahasan pada bab-bab sebelumnya, serta saran dan kritik membangun yang diharapkan penulis, juga bermanfaat bagi wawasan dan ilmu pengetahuan yang terdiri dari: (a) kesimpulan, (b) saran.