

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menjalani kehidupan di wilayah dengan mayoritas beragama Islam, merupakan suatu anugerah, dimana dasar-dasar islami sudah tidak asing jika diterapkan di dalam kehidupan sehari-hari, tidak terkecuali di bidang perekonomian. Allah SWT telah menurunkan al-Qur'an dan mengutus Nabi Muhammad SAW untuk memberikan pedoman dalam berperilaku. Selanjutnya ini menjadi sumber hukum dan sumber pedoman yang paling utama bagi seluruh umat muslim di dunia.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Surat An-Nisa’: 29)¹

Ayat di atas menjadi pendorong manusia untuk melakukan perdagangan untuk memperoleh harta. Perdagangan didefinisikan sebagai kegiatan jual beli maupun sewa-menyewa barang dan jasa yang dilakukan individu sebagai profesi atau pekerjaannya.²

¹ Kementerian Agama RI, *Qur'an Kemenag*, Surat An-Nisa’:29.

² Janus Sidabalok, *Hukum Perdagangan (Perdagangan Nasional dan Perdagangan Internasional)*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 6.

Dalam ayat ini pula, dijelaskan kepada manusia untuk tidak mengambil harta dengan jalan yang tidak benar. Namun, jika melihat pada masa kini banyak kegiatan perekonomian yang menyimpang dari syariat Islam, ini dibuktikan dengan maraknya kegiatan korupsi; penipuan; obral sumpah palsu; dan kegiatan yang dilakukan seringkali mengganggu ibadah.

Dewasa ini, perkembangan bidang perekonomian beranjak lebih jauh dari sekedar antara penjual dan pembeli, ekonomi modern telah mencakup wiraswasta; perusahaan; spesialisasi; perdagangan uang; hingga hubungan ekonomi luar negeri (biasa dikenal dengan ekspor impor)³. Seorang pengusaha maupun pebisnis akan selalu memperhatikan berbagai aspek penunjang usahanya, tidak terkecuali pada aspek pemasaran. Aspek pemasaran memegang peran yang vital dalam menjalankan usahanya. Secara umum pemasaran dikenal sebagai proses menciptakan, menawarkan, menukarkan produk yang memiliki nilai pada pihak lain⁴.

Kebijakan dan peraturan secara hukum positif di Indonesia diatur dalam peraturan OJK terkait dengan Syariah. Pemasaran merupakan salah satu bentuk muamalah yang diperbolehkan di dalam Islam, selama semua proses yang dilakukan terpelihara dari hal-hal yang dilarang oleh ketentuan syariah⁵. Dalam prinsipnya, semua kegiatan di dunia harus dilandasi dengan semangat beribadah kepada Sang Pencipta, Allah SWT. Ini juga berlaku

³ T. Gilarso, S.J., *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro cet 7*, (Yogyakarta: Kanisius, 2007), hlm. 25-26.

⁴ Heri Sudarsono, *Manajemen Pemasaran*, (Jember: CV. PUSTAKA ABADI, 2020), hlm. 2.

⁵ H. Syahrul, "Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Hukum Diktum*, Volume 10, Nomor 2, Juli 2012, hlm. 188.

pada kegiatan pemasaran yang harus bisa memberikan kesejahteraan bersama.

Di Indonesia sendiri ada beberapa pengusaha muslim yang terkenal akan kesuksesannya, diantaranya adalah Budi Harta Winata, pemilik pabrik konstruksi baja yang mempunyai slogan “Utamakan Sholat dan Keselamatan Kerja” yang benar-benar diterapkan untuk para karyawannya. Ditemui di kantor Cikarang, Bekasi, saat dilakukan wawancara oleh jurnalis salah satu media komunikasi, beliau sering bertanya kepada karyawannya perihal waktu sholat dan langsung menghentikan wawancara serta mengajak shalat berjamaah di mushala pabrik yang besar dan terjaga kebersihannya. Pengusaha muslim ini mengemukakan prinsip yang dipegangnya, ada lima hal yang mengantarkan manusia pada kesuksesan hidup⁶, yaitu: senantiasa berdoa; melakukan sedekah; senantiasa menjaga hubungan yang baik dengan sesama; memprioritaskan orang tua; dan senantiasa bersyukur atas apa yang telah diberikan oleh-Nya.

Tokoh pengusaha muslim dari Jawa Timur, Almarhum Bisri Ilyas, pengusaha dibidang *real estate*, namanya kian dikenal seiring hadirnya bangunan-bangunan terkenal seperti perumahan Bhakti Pertiwi (BP) Wetan dan Kulon, Gresik Kota Baru (GKB), serta *real estate* Wisma Waru Indah (Rewwin) di Sidoarjo, lalu usaha jasa angkutan Jaya Sakti dan Bus Moedah. Dibalik kesuksesannya, dalam berbisnis beliau banyak menerapkan ajaran

⁶ Jabbar Ramdhani, “Utamakan Salat dan Selamat, Kunci Kesuksesan Budi Harta Winata, detikNews, 2016, diakses pada <https://m.detik.com/news/tokoh/d-3112887/utamakan-salat-dan-keselamatan-kunci-kesuksesan-budi-harta-winata> pada tanggal 22 Maret 2020.

Al-Qur'an. Sebagaimana kita ketahui sebagai muslim memang harus memegang teguh pedoman yang telah diturunkan kepada Nabi Allah SWT. Pengusaha muslim ini menyebutkan sedikitnya ada lima landasan yang mengantarkannya menjadi pengusaha sukses⁷, yaitu proses yang benar dalam berbisnis tidak menggunakan cara instan seperti mengurangi timbangan; fokus dan berkonsentrasi, tekun serta konsisten pada satu pekerjaan, tidak suka beralih pada usaha lain; menunaikan shalat dan infaq agar dapat menjadikan diri sebagai pribadi berakhlak, agar diberikan kemudahan dalam melakukan kerja sama serta mendapat pahala dari ibadahnya; tidak memakan harta orang lain bahkan mengambil milik orang lain dengan cara yang bathil; dan senantiasa jujur dalam melakukan bisnis.

Sebagai wilayah yang mayoritas beragama Islam, harusnya prinsip Syariah sudah menjadi pedoman bagi seluruh kegiatan, tak terkecuali pada kegiatan pemasaran. Namun penerapan aspek pemasaran syariah di Kabupaten Tulungagung belum dapat dirasakan sepenuhnya, masih banyak ditemui obral janji yang tidak sesuai dengan kenyataan, iklan tidak sesuai dengan spesifikasi barang bahkan terkesan melebih-lebihkan produk, dan banyak pelanggaran syariah lainnya. Namun tidak sedikit pula pelaku bisnis yang menerapkan etika bisnis Islam dalam aspek pemasarannya. Beberapa etika Islam yang dapat diterapkan seperti bersikap lemah lembut,

⁷ Ilmi, "5 Landasan Qur'ani yang Mengantarkan Haji Bisri Ilyas Jadi Pengusaha Sukses", pwwmu.co, 2016, diakses pada <https://pwwmu.co/11354/06/27/5-landasan-qurani-yang-mengantarkan-haji-bisri-ilyas-jadi-pengusaha-sukses/> pada tanggal 22 Maret 2020.

professional dalam melakukan promosi; hingga transparan dalam melakukan pemasaran.⁸

Implementasi syariah pada kegiatan pemasaran produk maupun jasa yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pentingnya penerapan syariah dalam kegiatan pemasaran, hal ini dibuktikan oleh Eriza Yolanda Madina (2016), Nur Arifah (2016), Suindrawati (2015), Mohamad Galih Saputra (2019), dan Haris Imawan (2019). Implementasi syariah digunakan sebagai dasar kegiatan pemasaran usahanya, meningkatkan penjualan, hingga guna meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.⁹

Belajar dari kesuksesan beberapa tokoh pengusaha muslim yang ada, sebagai muslim harusnya dapat tergerak dan menjadikan kisah tersebut sebagai inspirasi dalam berusaha. Sebagai negara dengan mayoritas beragama Islam, seharusnya sudah sangat lazim diterapkan. Namun pada realitanya banyak kecurangan dan larangan-larangan agama Islam yang tidak diindahkan. Hal ini menyebabkan rusaknya moral individu hingga sistem perekonomian berbasis Islami yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW.

Konfeksi Langgeng merupakan konveksi skala rumahan yang menerapkan marketing syariah di dalam usahanya, dan memiliki jangkauan

⁸ Moh. Toriquddin, "Etika Pemasaran Perspektif Al-Qur'an dan Relevansinya Dalam Perbankan Syariah", *de Jure, Jurnal Syariah dan Hukum*, Volume 7 Nomor 2, Desember 2015, hlm. 117-123.

⁹ Penelitian mereka akan dipapakan lebih mendetail pada sub bab penelitian terdahulu.

pemasaran yang luas dan kestabilan pesanan¹⁰. Konfeksi Norma merupakan salah satu konfeksi yang terkenal dalam pembuatan dan pembordiran seragam, khususnya di Tulungagung, juga memiliki jangkauan pemasaran yang luas hingga luar Pulau Jawa dan masih terus berkembang hingga sekarang. UKM Tulip Craft telah tercatat sebagai konfeksi yang memiliki *image* baik di Indonesia karena telah mendonasikan 10.000 APD untuk tenaga medis dalam menghadapi Covid-19.¹¹ Memiliki jangkauan pemasaran se-Indonesia dan beberapa negara luar Indonesia yang masih tetap berlangsung hingga saat ini.

Ketiga usaha konfeksi di atas telah menerapkan beberapa perilaku marketing syariah hingga sekarang dan merupakan bukti nyata bahwa pelaku usaha dapat bertahan dalam persaingan usaha yang ketat dengan mengimplementasikan aspek marketing syariah. Penelitian ini mengamati lebih mendalam tentang bagaimana implementasi syariah dapat mendukung berbagai kegiatan pemasaran pengusaha produk konfeksi di Tulungagung. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti layak melakukan penelitian dengan judul “Implementasi Marketing Syariah pada Usaha Konfeksi di Tulungagung”.

¹⁰ Dokumen pribadi Konveksi Langgeng tahun 2021.

¹¹ Rizka Nur Laily, *3 Fakta UKM di Tulungagung Sumbangkan 10.000 APD untuk Tenaga Medis*, diakses dari www.merdeka.com, pada tanggal 06 Mei 2021.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Bagaimana implementasi marketing syariah pada usaha konfeksi di Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana dampak implementasi marketing syariah pada usaha konfeksi di Kabupaten Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk mendeskripsikan implementasi marketing syariah pada usaha konfeksi di Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mendeskripsikan dampak implementasi marketing syariah pada usaha konfeksi di Kabupaten Tulungagung.

D. Pembatasan Masalah

Sebagai wilayah dengan mayoritas beragama Islam, Tulungagung pada umumnya mengetahui prinsip-prinsip syariah yang berlaku dalam ajaran agamanya. Prinsip-prinsip ini berisi tentang anjuran dan larangan umat muslim dalam berperilaku dan menjalankan hidupnya. Prinsip ini digunakan sebagai upaya untuk memperoleh keridhoan dan keberkahan dari Allah SWT. Tak terkecuali pada kegiatan pemasaran, tak luput dari

pedoman syariah. Pada kenyataannya, penggunaan prinsip syariah selalu menghantarkan kepada kebaikan dan membangun kepercayaan pada diri. Seorang pengusaha yang mengiklankan produknya sesuai dengan realitanya akan memunculkan rasa percaya bagi konsumennya.

Pada penelitian ini, sesuai rumusan masalah yang telah dipaparkan di sub bab sebelumnya, akan berfokus pada implementasi marketing syariah pada usaha konfeksi di Tulungagung, yaitu konfeksi Langgeng, Norma, dan UKM Tulip Craft. Dalam penerapannya sebagai beberapa tempat konfeksi yang terkenal dan telah luas wilayah pemasarannya, bagaimana beliau menerapkan prinsip syariah dan seberapa besar dampak yang ditimbulkan bagi kegiatan pemasaran produk usahanya.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat menambah pengetahuan tentang beberapa hal sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dari hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya terutama pada bidang ilmu ekonomi dan ilmu manajemen pemasaran berlandaskan syariah. Serta sebagai acuan lebih lanjut bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji upaya implementasi syariah dalam kegiatan pemasaran sebagai upaya meningkatkan kepercayaan pelanggan serta jumlah produk yang berhasil dijual secara nyata.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Produsen

Penelitian ini sebagai cerminan pengusaha muslim sukses yang mampu mengelola usahanya dengan berpegang pada prinsip syariah. Juga diharapkan dapat menjadi motivasi oleh semua pelaku usaha untuk menjadikan kisah-kisah pengusaha sukses dalam mengamalkan prinsip syariah menjadi panutannya dalam melakukan kegiatan usahanya, khususnya dibidang pemasaran.

b. Bagi Masyarakat Desa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panutan bagi masyarakat muslim, khususnya di Kabupaten Tulungagung, agar dapat menjadi panutan dalam melakukan kegiatan perekonomiannya sehari-hari, terlepas dari besar maupun kecil usaha yang sedang digelutinya, seperti toko, retail, pengusaha *food truck*, dan lain sebagainya.

c. Bagi Akademik dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi pembahasan yang sejenis, sebagai sumbangsih terhadap perpustakaan IAIN Tulungagung, khususnya di bidang ilmu ekonomi dan manajemen pemasaran berbasis syariah.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konsep

a. Marketing Syariah

Marketing syariah adalah sebuah ilmu bisnis yang menuntun proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dengan berpegang teguh pada prinsip muamalah dan akad Islam.¹²

b. Usaha Konfeksi

Usaha konfeksi adalah usaha mikro kecil maupun menengah, disebut juga dengan industri rumahan, yang umumnya mendapat pesanan besar di momen-momen tertentu dengan produk meliputi pakaian, seragam, tas, batik, hingga bordir.¹³

2. Definisi Operasional

Pengertian judul secara keseluruhan, yaitu penelitian dengan meninjau dan mengamati implementasi marketing syariah yang dilakukan oleh pengusaha konfeksi di Kabupaten Tulungagung. Marketing syariah merupakan kegiatan pemasaran yang berbasis syariah, dengan empat karakteristik khusus yang harus terdapat di dalam kegiatan pemasaran usaha. Dengan melakukan penelitian ini maka dapat diketahui kegiatan marketing syariah apa saja yang telah diterapkan di

¹² Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), hlm. 26.

¹³ Nurulia Azizah, "Model Pengembangan Industri Kecil Konveksi Melalui APIK (Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi) di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan Jawa Timur", *Economics Development Analysis Journal*, Volume 3 Nomor 2, Juni 2014, hlm. 295.

dalam usahanya serta dampak yang dirasakan selama mengimplementasikan marketing syariah.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan berfungsi untuk memudahkan alur pembahasan, sehingga penelitian dapat dengan mudah dipahami oleh seluruh pembacanya. Skripsi ini disusun dengan sistematika pembahasan terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Masing-masing bagian memiliki babnya tersendiri dengan jumlah total 6 (enam) bab, yaitu:

1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

2. Bagian Inti

a. Bab I Pendahuluan, pada bab ini terdiri dari: 1) latar belakang masalah, 2) rumusan masalah, 3) tujuan penelitian, 4) batasan masalah, 5) manfaat penelitian, 6) penegasan istilah, dan 7) sistematika penulisan skripsi.

b. Bab II Kajian Pustaka, pada bab ini terdiri dari kajian pustaka yang membahas tentang implementasi *marketing* syariah pada usaha

konfeksi di Tulungagung, juga termasuk kajian penelitian terdahulu yang sehubungan dengan tema penelitian ini.

- c. Bab III Metode Penelitian, pada bab ini terdiri dari metode penelitian, pendekatan penelitian, tempat penelitian, kriteria informan, kehadiran peneliti, sumber data teknik pengumpulan data, dan Teknik Analisa data.
 - d. Bab IV Hasil Penelitian, pada bab ini terdiri dari pemaparan data yang diperoleh dari informan yang telah mengalami reduksi data.
 - e. Bab V Pembahasan, pada bab ini terdiri dari pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.
 - f. Bab VI Penutup, pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.
3. Bagian Akhir
- Pada bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup peneliti.