

ABSTRAK

Wafiq Allika Haya, 12101193133, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pembayaran *Down Payment* (DP) 0% Secara Kredit Dalam Penjualan *Velg* Ban Mobil (Studi Kasus Toko Berkah Ban Mojoagung di Kabupaten Jombang), Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Jurusan Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing: Dr. Kutbuddin Aibak, S.A.g., M.H.I.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Strategi Pemasaran, *Down Payment* (DP) 0%

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya strategi pemasaran pembayaran *down payment* (DP) 0% secara kredit dalam penjualan *velg* ban mobil di Toko Berkah Ban Mojoagung. Banyak masyarakat yang tertarik untuk membeli *velg* ban mobil secara kredit dengan pembayaran *down payment* (DP) 0%. Karena mereka beranggapan bahwa dapat membeli *velg* ban mobil dengan dana seadanya. Kenyataannya Toko Berkah Ban Mojoagung Kabupaten Jombang tetap mengharuskan membayar uang muka (DP) jika melakukan transaksi secara kredit dengan promo pembayaran *down payment* (DP) 0% tersebut.

Fokus penelitian tentang strategi pemasaran pembayaran *down payment* (DP) 0% secara kredit dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran pembayaran *down payment* (DP) 0% secara kredit dalam penjualan *velg* ban mobil di Toko Berkah Ban Mojoagung Kabupaten Jombang?, 2) Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran pembayaran *down payment* (DP) 0% secara kredit dalam penjualan *velg* ban mobil di Toko Berkah Ban Mojoagung Kabupaten Jombang? Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran pembayaran *down payment* (DP) 0% secara kredit dalam penjualan *velg* ban mobil di Toko Berkah Ban Mojoagung Kabupaten Jombang. 2) Untuk menganalisis tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran pembayaran *down payment* (DP) 0% secara kredit dalam penjualan *velg* ban mobil di Toko Berkah Ban Mojoagung Kabupaten Jombang.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif dan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa observasi, wawancara mendalam (*indepth interview*), dokumentasi. Sedangkan teknik analisa data menggunakan kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusions drawing and verification*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi pemasaran yang digunakan oleh Toko Berkah Ban Mojoagung terhadap pembayaran *down payment* (DP) 0% secara kredit dalam penjualan *velg* ban mobil adalah menggunakan variabel bauran pemasaran 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*). 2) Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pembayaran *down payment* (DP) 0% secara kredit dalam penjualan *velg* ban mobil di Toko

Berkah Ban Mojoagung Kabupaten Jombang semua sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam kecuali pada bauran pemasaran harga (*price*), yang kurang sesuai dengan etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan (*equilibrium*). Karena pada prinsip keseimbangan (*equilibrium*) kurang adanya transparan dari pihak marketing mengenai biaya administrasi yang digabungkan kepada biaya bulanan dan hal tersebut tidak semua konsumen mengetahuinya. Selain itu, bauran pemasaran promosi (*promotion*) juga kurang sesuai dengan etika bisnis Islam pada prinsip kebenaran (*benevolence*), karena dari promosi yang terdapat pada brosur tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Kemudian bauran pemasaran pada bukti fisik (*physical evidence*) kurang sesuai dengan etika bisnis Islam pada prinsip kebenaran (*benevolence*). Karena saat melakukan promosi dengan menggunakan brosur sebagai bukti fisik tidak sesuai dengan kenyataan, tetap mengenakan biaya uang muka (DP) kepada konsumen meskipun ada promo pembayaran *down payment* (DP) 0%.

ABSTRACT

Wafiq Allika Haya, 12101193133, Review of Islamic Business Ethics Against the Marketing Strategy of 0% Down Payment (DP) Credit in Selling Car Tire Wheels (Case Study of Berkah Ban Mojoagung Shop in Jombang Regency), Sharia Economic Law Study Program, Department of Sharia, Faculty Sharia and Law Studies, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor: Dr. Kutbuddin Aibak, S.A.g., M.H.I.

Keywords: Islamic Business Ethics, Marketing Strategy, 0% Down Payment (DP)

The background of this research is the marketing strategy of 0% down payment (DP) on credit in the sale of car tire wheels at the Berkah Ban Mojoagung Shop. Many people are interested in buying car tires on credit with a 0% down payment (DP). Because they think that they can buy car tires with minimal funds. In fact, Toko Berkah Ban Mojoagung, Jombang Regency, still requires a down payment (DP) if you make a credit transaction with the 0% down payment (DP) promo.

The research focus on the marketing strategy for 0% down payment (DP) on credit in this study is: 1) What is the marketing strategy for 0% down payment (DP) on credit in selling car tire wheels at Berkah Ban Mojoagung Shop, Jombang Regency?, 2) What is the review of Islamic business ethics towards the marketing strategy of 0% down payment (DP) on credit in the sale of car tire wheels at the Berkah Ban Mojoagung Shop, Jombang Regency? The objectives of this study are: 1) To describe the marketing strategy for 0% down payment (DP) on credit in the sale of car tire wheels at the Berkah Ban Mojoagung Shop, Jombang Regency. 2) To analyze the review of Islamic business ethics on the marketing strategy of 0% down payment (DP) on credit in the sale of car tire wheels at the Berkah Ban Mojoagung Shop, Jombang Regency.

The research method used by researchers is a qualitative method and a type of case study research. Data collection techniques used in this study were in the form of observation, in-depth interviews, documentation. Meanwhile, data analysis techniques use data condensation, data display, conclusion drawing and verification.

The results of this study indicate that: 1) The marketing strategy used by Toko Berkah Ban Mojoagung for 0% down payment (DP) on credit in the sale of car tire wheels is to use the 7P marketing mix variables (product, price, promotion, place, people, process, physical evidence). 2) Review of Islamic business ethics on the 0% down payment (DP) payment strategy on credit in the sale of car tire wheels at the Berkah Ban Mojoagung Shop, Jombang Regency, all of which are in accordance with the principles of Islamic business ethics except for the marketing mix price (price), which not in accordance with Islamic business ethics on the principle of balance (equilibrium). Because on the principle of balance (equilibrium) there is a lack of transparency from marketing regarding administrative costs that are combined with monthly costs and not all consumers

know about this. In addition, the promotional marketing mix (promotion) is also not in line with Islamic business ethics on the principle of truth (benevolence), because the promotions contained in the brochures are not in accordance with the existing reality. Then the marketing mix on physical evidence is not in accordance with Islamic business ethics on the principle of truth (benevolence). Because when carrying out promotions using brochures as physical evidence that does not match reality, consumers still charge a down payment (DP) fee even though there is a 0% down payment (DP) promo.

الملخص

وفيق أليكا هيا، ١٢١٠١١٩٣١٣٣، أخلاقيات الأعمال الإسلامية مراجعة استراتيجية التسويق دفعة أولى (موانئ دبي) ٠٪ على الائتمان في بيع عجلات إطارات السيارات (دراسة حالة توكو بيركا بان موجواجونج في جومبانج ريجنسي)، برنامج دراسة القانون الاقتصادي الشرعي، قسم الشريعة، كلية الشريعة والعلوم القانونية، جامعة الدولة الإسلامية السيد علي رحمة الله تولونججونج، المستشار: الدكتور قطب الدين أبيك، س.أغ، م.ه.إ.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات الأعمال الإسلامية، استراتيجية التسويق، الدفعة الأولى (موانئ دبي) ٠٪.

هو الدافع وراء هذا البحث من خلال استراتيجية التسويق من الدفعة الأولى (دب) ٠٪ على الائتمان في بيع عجلات الإطارات سيارة في متجر موجواجونج الإطارات نعمة. كثير من الناس مهتمون بشراء عجلات إطارات السيارات على الائتمان مع دفعة أولى (موانئ دبي) ٠٪. لأنهم يعتقدون أنه يمكنهم شراء عجلات إطارات السيارات بأموال متواضعة. في الواقع، بان موجواجونج نعمة مخزن في جومبانج ريجنسي لا يزال يتطلب دفع دفعة أولى (موانئ دبي) إذا قمت بإجراء المعاملات على الائتمان مع ٠٪ دفعة أولى (موانئ دبي) الترويجي.

صياغة المشكلة في هذه الدراسة هي: (١) ما هي استراتيجية التسويق للدفعة الأولى (موانئ دبي) ٠٪ على الائتمان في بيع عجلات الإطارات سيارة في موجواجونج الإطارات نعمة مخزن جومبانج ريجنسي؟ (٢) ما هو استعراض أخلاقيات الأعمال الإسلامية على استراتيجية التسويق من ٠٪ دفعة أولى (موانئ دبي) على الائتمان في بيع عجلات الإطارات سيارة في توكو بيركا بان موجواجونج كابوباتن جومبانج؟ أهداف هذه الدراسة هي: (١) لوصف استراتيجية التسويق من الدفعة الأولى (دب) ٠٪ على الائتمان في بيع عجلات الإطارات سيارة في متجر موجواجونج الإطارات نعمة في جومبانج ريجنسي. (٢) لتحليل مراجعة أخلاقيات الأعمال الإسلامية على استراتيجية التسويق من ٠٪ دفعة أولى (دب) على الائتمان في بيع عجلات الإطارات سيارة في متجر موجواجونج الإطارات نعمة في جومبانج ريجنسي.

طرق البحث المستخدمة من قبل الباحثين هي الأساليب النوعية وأنواع دراسات الحالة البحثية. تقنيات جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة في شكل مراقبة ومقابلات متعمقة وتوثيق. بينما تستخدم تقنيات تحليل البيانات تكثيف البيانات وعرض البيانات والاستنتاج والتحقق.

نتائج هذه الدراسة تشير إلى أن: (١) استراتيجية التسويق المستخدمة من قبل موجواجونج الإطارات نعمة مخزن ضد الدفعة الأولى (موانئ دبي) من ٠٪ على الائتمان في بيع عجلات الإطارات سيارة هو استخدام ٧ ف

التسويق مزيج المتغيرات (المنتج، السعر، الترويج، مكان، شخص، عملية، الأدلة المادية). (٢) مراجعة أخلاقيات الأعمال الإسلامية على استراتيجية الدفعة الأولى (موانئ دبي) ٠٪ على الائتمان في بيع عجلات الإطارات سيارة في توكو بيركا بان موجواونغ كابوباتن جومبانغ كلها وفقا لمبادئ أخلاقيات الأعمال الإسلامية باستثناء مزيج التسويق السعر الذي هو أقل وفقا لأخلاقيات الأعمال الإسلامية على مبدأ التوازن. لأنه على مبدأ التوازن هناك شفافية أقل من التسويق فيما يتعلق بالتكاليف الإدارية جنبا إلى جنب مع الرسوم الشهرية وليس كل المستهلكين يعرفون ذلك. بالإضافة إلى ذلك ، فإن المزيج التسويقي الترويجي أقل توافقا مع أخلاقيات العمل الإسلامية على مبدأ الحقيقة، لأن الترويج الوارد في الكتيب لا يتوافق مع الواقع الحالي. ثم المزيج التسويقي على الأدلة المادية هو أقل وفقا لأخلاقيات الأعمال الإسلامية على مبدأ الحقيقة. لأنه عند الترويج باستخدام الكتيبات كدليل مادي لا يتوافق مع الواقع، لا يزال يتقاضى دفعة مقدمة (موانئ دبي) للمستهلكين على الرغم من وجود ٠٪ دفعة مقدمة (موانئ دبي) الترويجي.