

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Galeri Yasmin

1. Sejarah Galeri Yasmin

Galeri Yasmin adalah sebuah toko busana muslim yang didirikan Ibu Dini. Awalnya usaha ini adalah semacam usaha kecil seperti usaha rumahan yang tidak hanya menjual busana muslim namun juga produk tupperware. Kemudian seiring dengan berjalannya waktu usaha Galeri Yasmin berkembang dan semakin banyak diminati oleh masyarakat. Oleh karena itu pada tanggal 1 juni 2013 ibu Dini beralih tempat dari yang awalnya hanya jualan di rumah menjadi jualan ditoko yang tepatnya di Jl. RA Kartini No. 33 Trenggalek.⁶²

Pada tahun 2014 produk yang di jual Ibu Dini di toko busana muslim Galeri Yasmin hanya fokus pada *fashion* yaitu busana muslim dan jilbab, jadi sudah tidak menjual produk Tupperware lagi. Karena permintaan dari sebagian besar konsumen pada tahun 2014 sudah mulai lengkap produknya. Seperti produk YasminNura, Elzatta, Dauky, Zoya, Mezora, Pasmira, Umama, Aksania, Lekoture, dan Elsiete. Seiring dengan berjalannya waktu dari tahun ke tahun semakin banyak yang mulai mengenal toko busana muslim Galeri Yasmin.

⁶² Hasil wawancara dengan Ibu Dini selaku pemilik Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, 5 juni 2017 di Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, jam 07.30- selesai

Sehingga semakin banyak pula konsumen yang tertarik untuk membeli baju muslim ataupun jilbab dari Galeri Yasmin.

Khususnya pada produk YasminNura adalah produk yang di ciptakan oleh Ibu Dini sendiri selaku pemilik toko. Produk YasminNura sendiri meliputi baju dan jilbab. Proses pembuatan YaminNura itu sendiri adalah di produksi sendiri, seperti ibu Dini sendiri yang memotong kain-kainnya kemudian di jahit oleh ibunya dan beberapa penjahit yang ada dirumahnya. Ibu Dini memilih memotong produk-produknya sendiri dengan tujuan untuk lebih mengedepankan kualitas kerapian dari produknya.

Kemudian selama empat tahun merintis bisnis usaha busana muslim dari tahun 2013 sampai tahun 2017, Ibu Dini terhitung berhasil karena dari tahun ke tahun tersebut terus mengalami peningkatan jumlah konsumen. Sehingga toko yang di tempati sudah tidak mumpuni lagi karena dengan alasan kurangnya lebar toko tersebut. Karena penempatan antara produk jilbab, busana muslim, dan kamar pas terbilang cukup sempit. Oleh karena itu pada tanggal 17 mei 2017 Galeri Yasmin pindah di tempat yang lebih luas yang tepatnya pada alamat Jl. Brigjen Sutran Ruko Niaga 1 Kav. 16 Trenggalek.

2. Produk

a. Busana Muslim

- 1) Jenis-jenis busana muslim : YasminNaura, Lekotur, Elsiete, Zoya, Dauky
- 2) Dari segi harga YasminNaura mulai dari harga 85.000 sampai 200.000, Lekotur dan Elsiete 150.000 sampai 300.000, Zoya 400.000 sampai 500.000 Dauky 200.000 sampai 300.000
- 3) Kualitas busana muslim adalah ada yang standart dan juga ada yang bagus.
- 4) Kuantitas atau model : beberapa macam gamis, atasan, dan atasan bawahan.

b. Jilbab

- 1) Jenis-jenis jilbab : YasminNaura, Elzata, Dauky, Zoya, Mezora, Pasmira, Umama, Aksania.
- 2) Dari segi harga berkisaran dari yang paling murah 35.000 sampai 89.900
- 3) Kualitas jilbab : standart dan menengah
- 4) Kuantitas atau model : jilbab segi empat, jilbab pasmina, jilbab instan (langsung pake).

3. Lokasi Perusahaan

Lokasi usaha toko busna muslim Galeri Yasmin ini berada di Jl. Brigjen Sutran Ruko Niaga 1 Kav. 16 Trenggalek. Pemilihan lokasi ini sangat menentukan berkembangnya sebuah usaha. Adapun

pertimbangan pemilihan lokasi perusahaan berdasarkan sebagai berikut:

a. Faktor Primer

1) Pasar

Pasar merupakan tempat untuk memasarkan produk yang dihasilkan dari perusahaan tersebut. Selain tempat memasarkan produk, pasar juga sebagai tempat sumber informasi mengenai hasil produksi dari konsumen.

2) Transportasi

Transportasi yang terjangkau dan mudah dapat menjaga hubungan antara perusahaan, karyawan dan konsumen terjalin dengan baik. Lokasi perusahaan berada di kota Trenggalek yang tepatnya berjejer dengan ruko-ruko yang menjual baju batik, menjual roti, optik dll.

b. Faktor sekunder

1) Energi

Energi merupakan tenaga untuk menggerakkan mesin yang berasal dari luar tenaga manusia misalnya mesin jahit, mesin obres, mesin kancing, mesin potong.

2) Masyarakat

Kondisi masyarakat disekitar perusahaan dapat menerima keberadaan perusahaan merupakan faktor yang perlu juga diperhitungkan, sebab apabila masyarakat tidak dapat

menerima keberadaan perusahaan akan menghambat kegiatannya.

4. Personalia dan Hubungan Perusahaan.

a. Jumlah karyawan dan kualitasnya

Tenaga kerja merupakan unsur terpenting dalam membuka usaha, karena tenaga kerja merupakan penentu keberhasilan perusahaan di Galeri Yasmin. Sampai saat ini perusahaan mempunyai 2 karyawan khusus yang ada di tokonya dan 5 karyawan yang ada di rumah sebagai penjahit, 2 orang bagian obras, 2 orang bagian kancing, 5 orang bagian strika dan pengepakan.

b. Jam kerja

Perusahaan menetapkan jam kerja karyawan setiap harinya jam kerja dimulai pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB, kemudian istirahat dilakukan pada pukul 12.00 sampai dengan pukul 13.00 WIB.

5. Distribusi

Hasil dari produksi busana muslim dan jilbab dari Galeri Yasmin yang *brand* nya di beri nama YasminNura dijual di tokonya sendiri yaitu Galeri Yasmin. Dan untuk prospek ke depan produk YasminNura apabila memang diminati banyak konsumen maka penjualan akan dilakukan pada distributor-distributor yang tertarik dengan produk tersebut. Karena melihat pada saat ini produk dari YasminNura sendiri cukup diminati oleh konsumen mulai dari jilbab dengan beraneka

ragam model serta baju busana muslim, karena dengan harga yang terjangkau dan kualitas barang yang sudah cukup bagus.

B. Temuan Penelitian

1. Penerapan analisis Etika Bisnis Islam Dalam pada Toko Busana Muslim Galeri Yasmin

Penerapan etika merupakan faktor yang sangat besar pengaruhnya dalam berbisnis. Karena etika itu sendiri berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada masyarakat. Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tatacara hidup yang baik, aturan hidup yang baik dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu generasi ke generasi yang lain. Begitu pula yang saat ini dilakukan oleh toko busana muslim Galeri Yasmin, yaitu dalam mempertahankan bisnisnya berdasarkan penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di dapatkan keterangan bahwa:

*“penerapan etika bisnis yang kami lakukan yaitu dengan menerapkan sistem marketing langit, maksud dari sistem marketing langit itu sendiri adalah memegang teguh kejujuran, amanah dan kualitas. Jadi tujuan kami tidak hanya semata-mata untuk keuntungan sendiri namun keuntungan itu juga harus dirasakan oleh konsumen. Dan kami juga percaya bahwa Tuhan itu Maha Kaya jadi tugas kita berupaya semaksimal mungkin. Lalu keuntungan yang akan kami peroleh sepenuhnya kami pasarkan padaNya.”*⁶³

Dari pemaparan Ibu Dini selaku pemilik toko beliau mengaskan bahwa betapa pentingnya menerapkan prinsip kejujuran, amanah dan kualitas produk. Karena kejujuran, amanah dan kualitas adalah faktor

⁶³ Hasil wawancara dengan Ibu Dini selaku pemilik Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, 5 juni 2017 di Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, jam 07.30- selesai

utama yang harus diterapkan dalam etika bisnis. Guna bisnis tersebut agar mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang.

Toko Busana Muslim Galeri Yasmin menerapkan prinsip jujur, amanah dan kualitas pada konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Dini ini adalah :

“penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran yang saya lakukan pada konsumen adalah ketika saya melakukan promosi kebetulan media sosial yang kami gunakan adalah Instagram, selain kami mengupload foto produk yang kami jual kami juga benar-benar mendeskripsikan produk yang kami posting tersebut, mulai dari warna, harga, serta ukuran. Kemudian pada konsumen yang langsung pada toko kami, kami tetap menerapkan prinsip seperti yang saya sebutkan diatas, contohnya ketika konsumen memilah dan memilih produk yang akan di beli semisal baju dan jilbab, kemudian mereka mencoba baju dan jilbab tersebut dan bertanya pada saya apakah cocok atau tidak maka akan saya jawab yang sejujurnya, kalau memang cocok saya bilang cocok tapi kalau tidak saya rekomendasikan pada mungkin warna lain atau ukuran yang lebih cocok, jadi saya tidak langsung bilang bagus agar konsumen langsung membeli produk saya. Karena memang yang saya mau konsumen juga merasa senang setelah keluar dari toko saya.”

Ibu Dini juga menuturkan bahwa selain memegang prinsip kejujuran, amanah dan kualitas Ibu Dini juga ingin belajar menerapkan sistem ekonomi Islam pada bisnisnya seperti yang dituturkan dibawah ini yaitu:

“selain yang saya jelaskan tadi saya juga ingin bisnis yang saya jalani ini sesuai dengan syariat Islam, seperti ketika kami melakukan jual produk online selain menerapkan prinsip kejujuran, untuk transfer uang pada jual beli produk yang jual, saya juga memilih bank yang berbasis syariah kebetulan bank yang saya pilih adalah BRI Syariah, ya setidaknya saya sudah menghindari bank-bank yang berbasis konvensional. Dan kami membangun bisnis ini memilih dari modal sendiri jadi tidak pinjam dari siapapun. Karena awalnya modal saya sedikit maka dagangan yang kami miliki juga masih sedikit, dan Alhamdulillah seiring dengan berjalannya waktu hingga toko saya

sampai seperti ini karena memang saya belajar menghargai proses bukan dari hasil pinjam kesiapapun.”⁶⁴

Dengan menerapkan prinsip-prinsip yang seperti disebutkan diatas maka Ibu Dini berharap bahwa bisnis yang dikelolanya bisa bertahan pada masa yang akan datang dan tidak kalah saing dengan bisnis-bisnis yang lain. Kemudian strategi, Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Tujuan tersebut merupakan tujuan jangka panjang dari perusahaan tersebut, begitu juga dengan usaha Galeri Yasmin ini membuat strategi agar usahanya dapat bertahan dalam jangka panjang. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung tentang strategi pengembangan produk Galeri Yasmin dan persaingan didapatkan keterangan bahwa:

“strategi yang saya lakukan pada usaha saya ini agar lebih bisa dikenal oleh masyarakat luas dan lebih diminati oleh sebagian besar konsumen, yaitu unik, jadi ketika saya ibaratkan bisnis yang saya lakukan adalah jualan sempol, itu bukan berarti saya Cuma ikut-ikutan pedagang sempol yang lain, dan hanya menjual sempol yang alakadarnya tapi saya menjual sempol yang beranekarasa, seanadainya yaitu sempol coklat, sempol mrecon super pedas dll, kemudian kreatif yang memiliki daya cipta memiliki kemampuan untuk menciptakan seperti harus memiliki daya cipta yang tinggi untuk menciptakan model baju dan jilbab yang beraneka ragam lagi agar konsumen tidak mudah bosan dengan produk yang kita buat maupun produk-produk lain yang saya jual, dan produk yang kita buat bisa tetap mengikuti perkembangan zaman. Kemudian inovatif yaitu bersifat memperkenalkan atau mengembangkan hal-hal baru seperti yang saya lakukan melalui proses memperkenalkan produk, atau biasa dikatakan dengan promosi yaitu saya melakukannya melalui sosialmedia seperti instagram dan whatsapp guna untuk memberikan informasi pada calon konsumen dengan sebenar-benarnya seperti

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Dini selaku pemilik Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, 5 juni 2017 di Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, jam 07.30- selesai

menjelaskan tentang warna, jenis kain, dan ukuran. Karena memang saya mau konsumen saya tidak kecewa dengan cara saya promosi dan barang yang telah di beli mereka.”⁶⁵

Strategi-strategi dilakukan untuk menghadapi persaingan usaha di Trenggalek. Persaingan usaha di Trenggalek ini cukup ketat sehingga perusahaan harus pandai-pandai dalam melakukan strateginya agar usahanya tidak gulung tikar, khususnya dalam bidang *fashion*. Persaingan sering terjadi dari segi persaingan harga dan persaingan pelayanan sangat mempengaruhi minat beli konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko yaitu Ibu Dini dapat ditarik kesimpulan bahwa pada toko busana muslim Galeri Yasmin menjual berbagai brand jilbab dan busana muslim mulai dari Elzatta, Dauky, Zoya, Mezora, Pasmira, Umama, Aksania, Lektorur, Elsiete dan YasminNura. Kemudian pada toko busana muslim Galeri Yasmin juga menerapkan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran dengan cara menerapkan prinsip kejujuran, amanah dan kreatif. Untuk itu bisnis yang dimiliki Ibu Dini ini diharapkan mampu menjadi bisnis yang sifatnya jangka panjang.

2. Penereapan komunikasi pemasaran pada toko busana muslim Galeri Yasmin

Dalam mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan. Promosi menunjuk

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Dini selaku pemilik Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, 5 juni 2017 di Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, jam 07.30- selesai

pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan mengenai promosi yaitu dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Ibu Dini selaku pemilik toko adalah sebagai berikut :

“penerapan komunikasi pemasaran yang kami lakukan pada toko ini adalah melalui promosi. Promosi yang kami pilih disini adalah wa dan instagram dengan tujuan meberikan informasi pada calon konsumen, mengubah sikap dan keyakinan atau perasaan konsumen, menstimulasi agar pelanggan melakukan pembelian, mempengaruhi dan meyakinkan pada konsumen produk yang berkualitas. Penerapan komunikasi pemasaran disini sama halnya dengan promosi. Promosi yaitu kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut.”⁶⁶

Dari penjelasan Ibu Dini diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh toko busana muslim Galeri Yasmin melalui promosi yaitu Instagram dan wa guna untuk menginformasikan dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang di promosikan.

3. Gambaran komunikasi pemasaran sesuai etika bisnis Islam pada toko busana muslim Glaeri Yasmin.

Gambaran komunikasi pemasaran sesuai etika bisnis Islam pada toko busana muslim Galeri Yasmin adalah seperti yang dipaparkan berikut :

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Dini selaku pemilik Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, 5 juni 2017 di Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, jam 07.30- selesai

“penerapan gambaran komunikasi pemasaran sesuai etika bisnis Islam pada toko kami yaitu lebih mengedepankan sikap yang jujur, jujur disini dalam arti menghindari promosi palsu yang bertujuan menarik perhatian pembeli dan mendorongnya untuk membeli, menyampaikan informasi yang benar terhadap produk kepada calon kosumen atau pelanggan, amanah maksud dari amanah disini adalah tidak mudah mengobral sumpah dalam berpromosi atau beriklan karena dengan cara mengobral sumpah dapat menghilangkan keberkahan.”⁶⁷

Dalam penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa toko busana muslim sudah menerapkan sikap jujur seperti tidak melakukan sumpah palsu pada promosi. Karena melakukan sumpah palsu dilarang dalam etika bisnis Islam, mengobral sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat merusak nilai-nilai Islami.

4. Kendala Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Pada Toko Busana Muslim Galeri Yasmin.

Dalam melakukan penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran tentunya terdapat beberapa kendala yang harus dihadapi oleh Ibu Dini selaku pemilik toko busana Muslim Galeri Yasmin seperti yang di paparkan sebagai berikut :

“kendala yang selama ini saya hadapi adalah ketika ada konsumen yang sudah mencoba baju-baju dan jilbab di toko saya kemudian mereka bertanya pada saya apakah cocok atau tidak giliran saya jawab dengan jujur bahwa itu cocok respon mereka adalah kurang percaya dengan pendapat saya, dan menganggap bahwa semua penjual pasti berkata seperti itu biar dibeli barang dagangannya. Namun saya harus bisa mengahadapai konsumen yang seperti itu karena memang seorang konsumen itu berasal dari bermacam-macam latar belakang, bermacam-macam kebiasaan dan bermacam-macam sifatnya”⁶⁸

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Dini selaku pemilik Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, 5 juni 2017 di Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, jam 07.30- selesai

⁶⁸ Hasil wawancara dengan Ibu Dini selaku pemilik Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, 5 juni 2017 di Toko Busana Muslim Galeri Yasmin, jam 07.30- selesai

Dari penjelasan Ibu Dini diatas dapat diketahui bahwa kendala dalam melakukan proses etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran yang khususnya kejujuran itu ternyata tidak mudah. Karena mendapatkan sebuah kepercayaan dari konsumen itu juga butuh proses dan menghadapi berbagai macam konsumen itu juga tidak gampang.

C. Analisis Data

1. Penerapan analisis Etika Bisnis Islam Dalam pada Toko Busana Muslim Galeri Yasmin

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian di toko busana muslim Galeri Yasmin mengenai penerapan etika bisnis Islam yang dijalani, guna bisnis yang dilakukan tidak hanya sekedar menjalankan bisnis seperti yang lain namun bisnis yang beretika. Karena bisnis yang beretika tidak hanya berorientasi pada keuntungan berupa laba saja. Namun lebih berorientasi pada kejujuran, amanah dan tingkat kualitas produk yang akan dijual.

Penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran pada toko busana muslim Galeri Yasmin adalah lebih mengedepankan kejujuran, amanah, dan kualitas produk. Dimulai dari kejujuran ketika toko Galeri Yasmin melakukan promosi melalui sosial media yaitu instagram apabila memposting gambar yang akan di jual maka akan di jelaskan sejujurnya mengenai ukuran, warna dan harga pada produk tersebut. Kemudian apabila ada pembeli yang langsung pada Galeri Yasmin dan konsumen tersebut mencoba baju dan jilbab yang dipilih dan mereka bertanya pada

Ibu Dini selaku pemilik toko maka Ibu Dini akan menjawab yang sejujurnya pada konsumen yang bertanya tersebut. Apabila cocok Ibu Dini menjawab cocok, namun apabila tidak cocok antara baju dengan jilbab atau mungkin warnanya, dan mungkin ukuran bajunya terlalu besar atau mungkin terlalu kecil maka Ibu Dini akan menjawab dengan jujur bahwa itu agak kurang pas dan akan di beri alternatif dengan pilihan lain atau mungkin dengan ukuran atau warna lain yang lebih cocok bagi pembeli. Jadi ketika konsumen bertanya cocok atau tidak tentang produk yang mereka pilih maka Ibu Dini akan menjawab dengan sejujur-jujurnya jadi tidak asal semua cocok hanya untuk mengejar laba dan keuntungan dari konsumen.

Kemudian amanah, Ibu Dini selaku pemilik toko busana muslim Galeri Yasmin berusaha untuk tetap dapat dipercaya. Misal pada sistem pembayaran jual beli online. Seperti pada penjualan online untuk sistem pembayarannya Ibu Dini lebih memilih BRI Syariah. Karena dengan memilih sistem pembayaran bank yang berbasis syariah lebih meminimalisir sistem bunga atau riba. Jadi penerapan etika bisnis Islam pada toko busana muslim Galeri Yasmin tidak hanya dari luarnya saja namun juga sangat diperhatikan sistem keuangannya, sehingga Galeri Yasmin lebih memilih bank yang berbasis syariah guna untuk meminimalisir sistem bunga.

Selanjutnya kualitas produk, toko busana muslim Galeri Yasmin sangat memperhatikan tingkat kualitas produk yang akan dijual. Karena

jika produk yang dijual berkualitas maka konsumen juga akan lebih tertarik untuk membelinya. Seperti dimulai dari pemilihan kain, kerapihan potongan, kerapihan jahitan, dan kerapihan kemasan. Karena kualitas produk juga besar pengaruhnya dalam penjualan, karena apabila produk yang dijual kualitasnya kurang baik maka pembeli juga akan tidak mudah tertarik dengan produk yang dijual. Jadi semakin tinggi kualitas produk yang dijual maka semakin tinggi pula minat beli konsumen.

2. Penereapan komunikasi pemasaran pada toko busana muslim Galeri Yasmin

Pada penerapan komunikasi pemasaran pada toko busana muslim Galeri Yasmin ini seperti melakukan promosi yaitu melalui sosial media yaitu wa dan Instagram. Pemasaran tidak hanya membicarakan mengenai produk, harga produk dan mendistribusikan produk, tetapi juga mengkomunikasikan produk ini kepada masyarakat agar produk itu dikenal dan ujung-ujungnya dibeli. Promosi disini adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan mengenai dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Ciri dari komunikasi yang persuasif (komunikasi) adalah ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk

mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku si penerima (target pendengar).

3. Gambaran komunikasi pemasaran sesuai etika bisnis Islam pada toko busana muslim Glaeri Yasmin

Etika promosi adalah bagian dari etika bisnis. Etika bisnis menunjuk kepada studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis. Moral itu sendiri adalah bagian dari etika bisnis. Etika bisnis menunjuk kepada studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis. nilai tentang apa yang dianggap baik atau buruk, benar atau salah, pantas atau tidak pantas. Perbuatan manusia atau institusi dalam melakukan promosi bisnis adalah baik atau buruk, pantas atau tidak pantas dinilai dengan pedoman menghormati manusia dan adil atau tidak. Adapun etika yang harus dilakukan dalam berpromosi sesuai dengan anjuran Islam adalah:

- a. Jangan mudah mengobral sumpah, dalam berpromosi atau beriklan janganlah mudah mengucapkan janji sekiranya janji tersebut tidak bisa ditepati. Dari Abu Qotadah Al Anshori, Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda:

Artinya: "Dari Abu Qotadah Al-Anshori, bahwasanya ia mendengar Rasulullah SAW bersabda: Hati-hatilah dengan banyak bersumpah dalam menjual dagangan karena ia memang melariskan dagangan, namun malah menghapuskan (keberkahan)". (HR. Ibnu Majah 1808-2239)⁶⁹

⁶⁹ Muhammad Nashiruddin Al-Albhani, *Shahih Sunan Ibnu Majah Buku 2*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), hlm 322.

Bersumpah secara berlebihan dilarang dalam etika promosi Islam, mengobral sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat merusak nilai-nilai Islami. Sebah banyak dewasa ini perusahaan perusahaan yang berpromosi dengan melebih-lebihkan dalam berkata melalui iklan. Allah SWT dan Rasul Nya telah memberikan aturan dan larangan mengenai hal ini.

b. Jujur, yakni berdasarkan Hadits berikut:

Artinya: Dari 'Abdullah r.a katanya Rasulullah SAW bcrsabda: "Sesungguhnya berkata benar itu menunjukkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan itu menunjukkan kepada surga. Sesungguhnya seseorang suka berkata benar sampai dituliskan menjadi orang yang amat benar. Dan sesungguhnya dusta itu menunjukkan kepada kejahatan dan sesungguhnya kejahatan itu menunjukkan kepada neraka. Sesungguhnya seseorang suka berdusta sehingga dituliskan menjadi orang yang amat pendusta ". (HR. Muslim: 2234)⁷⁰

Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kedzaliman serta dapat menimbulkan permusuhan dan percekcoakan.⁷¹ Hadits yang agung ini menunjukkan besarnya keutamaan seorang pedagang yang memiliki sifat-sifat ini, karena dia akan dimuliakan dengan keutamaan besar dan kedudukan yang tinggi di sisi Allah SWT, dengan dikumpulkan bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat.

⁷⁰ Al-Imam Muslim, *Terjemahan Hadis Shahih Muslim Jilid I, II, III, IV*, (Jakarta: Klang Book Centre, 2007), hlm 222.

⁷¹ Ali Hasan, *Marketing dan Bank Syari'ah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm 25.

c. Menghindari berpromosi palsu yang bertujuan menarik perhatian pembeli dan mendorongnya untuk membeli. Berbagai iklan di media televisi atau dipajang di media cetak, media *indoor* maupun *outdoor*, atau lewat radio sering kali memberikan keterangan palsu. Model promosi tersebut melanggar akhlaqul karimah. Islam sebagai agama yang menyeluruh, mengatur tata cara hidup manusia, setiap bagian tidak dapat dipisahkan dengan bagian yang lain. Demikian pula pada proses marketing, jual beli harus berdasarkan etika Islam.

4. Kendala Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Pada Toko Busana Muslim Galeri Yasmin

Pada penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran juga terdapat kendala yang dialami oleh toko busana muslim Galeri Yasmin. Karena Ibu Dini selaku pemilik toko sangat mengedepankan kejujuran maka untuk pelanggan baru tidak mudah percaya dengan apa yang dibicarakan oleh Ibu Dini. Karena mendapatkan kepercayaan dari konsumen adalah bukan perkara yang mudah. Apabila Ibu Dini berkata jujur bahwa produk yang dijual memang memiliki kualitas yang bagus, namun tidak sedikit konsumen yang menganggap bahwa semua penjual pasti selalu berbicara demikian.