

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam mengatur tata cara bermuamalah dalam kehidupan umat manusia, bermuamalah merupakan kebutuhan manusia yang memiliki dimensi ibadah. Islam sebagai pedoman hidup manusia tidak hanya mengatur ibadah saja, tetapi juga aspek ekonomi yang tidak lepas dari kehidupan manusia, dan Islam membicarakannya dalam pembahasan muamalah. Muamalah itu senantiasa dilakukan oleh manusia dimana saja dan kapan saja tidak terbatas ruang dan waktu. Karena manusia itu merupakan pelaku utama dari kegiatan tersebut.

Dalam Islam ekonomi sangat penting, karena merupakan salah satu faktor penting yang membawa pada kesejahteraan umat. Maka dari itu Islam telah memberikan peraturan dan ketentuan kegiatan muamalah yang merupakan kemakmuran umat.

Diantara aturan muamalah yang berjalan dengan dinamis dalam melakukan perdagangan atau bisnis, seperti yang telah dikemukakan oleh Al Jahiz Abu "Ustman "Amru bin Bahar membuka Sawqul Madinah (Pasar Madinah), yaitu terhimpunnya para pedagang Islam untuk menyaingi pasar Yahudi yang bernama Qainuqa".)Abdullah Zaky Al-Kaaf, 2002 : 26-27).

Dengan berkembangnya sistem ekonomi, maka produksi lambat laun semakin terspesialisasi secara mendalam, begitu pula pusat-pusat produksi serta konsumsi semakin lama semakin terpisah satu sama lain. Karena memberikan jawaban pemecahan secara keseluruhan terhadap usaha-usaha untuk mendapatkan keuntungan.

Disamping kepentingan penulis dalam hal tersebut diatas, alasan lain yang menarik untuk diteliti adalah mengenai penjualan yang ditinjau dari segi hukum Islam, ternyata banyak diantara perusahaan yang menjalankan perusahaannya diluar jalur hukum Islam, yang mereka pikir hanyalah profit tanpa memperdulikan bahwa banyak pihak-pihak yang merasa dirugikan. Seperti penjualan barang yang lama tak keluar lalu dijual murah, tanpa adanya penjelasan dari pihak perusahaan kenapa barang tersebut dijual murah.

Dalam memasarkan barang, para pengusaha harus mengetahui keadaan dan sutiasi pasar. Dalam hal ini pemasaran haruslah diutamakan. Maksudnya sebagai kebijaksanaan umum yang telah digariskan dalam rangka untuk mencapai sasaran perusahaan. Sasaran perusahaan adalah agar terjadi kepuasan konsumen yang mempergunakan produk tersebut.

Salah satu khas dan keunggulan dari KBMS adalah visi perusahaan yang berupaya menghimpun dan mengoptimalkan para produsen muslim untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas, yang merupakan kebutuhan harian serta menyuguhkan kepada masyarakat dengan harga

ekonomis. Hal ini merupakan harga jual, apalagi bila kita komunikasikan kepada masyarakat umat Islam sebagai mayoritas penduduk Indonesia, dengan pendekatan emosional hanya menggunakan produk umat, halal dan berkualitas.

Dengan adanya penawaran dan persaingan produk kompetitor dari saudara kami seperti Ahad-Net, MQ-Net, UFO apalagi CNI (MLM), atau Wardah, Zahra (konvensional), tetapi KBMS sangat optimal, karena memiliki paradigma baru, yaitu :

1. Bukan MLM melainkan sebuah klub belanja sehingga lebih mudah diterima masyarakat
2. Harga produk lebih ekonomis, sama dengan di pasar untuk produk sekelas dan sejenis
3. Sistem usaha lebih mudah, anggota akan merasa berdagang dan belanja di KBMS seperti di pasar biasa, namun tetap berpeluang mendapat bonus bulanan yang cukup besar
4. Cukup modal kecil untuk membuka outlet (hanya Rp. 300.000) sehingga penyebaran pemerataan relatif mudah
5. Harga terbuka namun telah ditentukan perusahaan sehingga mitra tidak akan pernah mengalami kerugian dalam margin penjualan
6. Produk yang ditawarkan lebih terkonsentrasi terhadap produk-produk kebutuhan harian / primer

PT. Mulia Sejahtera dalam memasarkan produknya melalui promosi dengan metode presentasi, penyuluhan dan komunikasi kepesantren, ibu-ibu PKK, Kelompok arisan, majlis ta'lim, tokoh agama dan masyarakat serta memfokuskan kepada lembaga atau perkumpulan keislaman untuk membuka sprinter dilingkungannya.

Salah satu cara untuk menarik masyarakat konsumen agar tertarik dan membeli barang-barang tersebut adalah dengan cara mempromosikannya.

Promosi sebagai kegiatan terakhir dari pemasaran adalah merupakan upaya suatu perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli agar mereka mau membeli. Buchari Alma mengemukakan bahwa promosi adalah sebagai kegiatan yang dilakukan guna meningkatkan jumlah penjualan. Jadi peranan promosi dalam dunia bisnis adalah mencoba untuk mempengaruhi konsumen agar barang-barang yang dipromosikan pada konsumen dan pemiliknya sehingga perusahaan yang bersangkutan dapat menambah volume penjualan produk tertentu.

Pada abad modern ini ternyata perusahaan-perusahaan menyadari bahwa orientasi-orientasi pada penjualan tidak dapat memberikan jawaban pemecahan secara keseluruhan terhadap usaha-usaha untuk mencapai profit dalam kemajuan teknologi yang sangat cepat, persaingan yang demikian serta keinginan-keinginan konsumen sulit diduga. Oleh karena itu dalam keadaan demikian perusahaan harus terlebih dahulu memperhatikan kebutuhan serta

keinginan konsumen atau terlebih dahulu harus menciptakan pasarnya dulu baru kemudian produknya.

Maka dari itu dewasa ini para pengusaha semakin menyadari akan pentingnya suatu sistem yang tepat sehingga upaya mereka dalam meningkatkan pemasaran yang semakin kompetitif ini akan lebih efektif. Penggunaan beberapa instrumen pemasaran seperti beberapa harga distribusi dan promosi akan mencerminkan sistem pemasaran yang dilakukan.

Mengingat pasar yang dihadapi sangat kompleks, maka perlu dikembangkan suatu kerangka kerja (frame work) yang dapat membantu para pemasar dalam memecahkan problem-problem yang terjadi di pasar, sehingga kegiatan pemasaran dapat secara efektif diarahkan pada dasar yang dituju. Agar pasar dituju dapat berhasil pada produk yang dibuat melalui pendayagunaan promosi.

Jenis komoditi yang dipasarkan (produk KBMS)

- Food : Mie, kecap, saus sambal, kerupuk udang, susu, kopi, juice dan sejenisnya (dengan merk Nida)
- Non Food : Sabun krim, deterjent, body care, sabun mandi, shampo, pasta gigi, pembalut wanita dan bayi, alat kecantikan dan sejenisnya (dengan merek Safa)

Dengan adanya produk yang ditawarkan oleh PT. Mulia Sejahtera, maka perusahaan yang baru berkembang ini mengharapkan tercapainya volume penjualan lebih mendalam.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam.

B. Perumusan Masalah

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan akan memberikan kontribusi peningkatan penjualan dari suatu produk yang ditawarkan serta laba perusahaan itu sendiri. Berdasarkan uraian diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan penjualan barang Klub Belanja Mulia Sejahtera dalam memadukan sistem penjualan konvensional dan MLM?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi penunjang dan penghambat pelaksanaan sistem penjualan barang klub Belanja Mulia Sejahtera ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian tentu tidak terlepas dari tujuan yang hendak dicapai, berdasarkan masalah diatas, maka penelitian ini diarahkan pada upaya menyajikan hasil penelitian lapangan. Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan penjualan barang Klub Belanja Mulia Sejahtera dalam memadukan sistem penjualan konvensional dan MLM
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi menunjang dan penghambat pelaksanaan sistem penjualan barang Klub Belanja Mulia Sejahtera

D. Kerangka Pemikiran

Allah SWT telah menjadikan harta sebagai salah satu sebab tegaknya kemaslahatan di dunia. Untuk mencapai kemaslahatan tersebut, Allah SWT. Telah mensyari'atkan cara perdagangan tertentu apa saja yang dibutuhkan oleh setiap orang ketika tidak dapat diwujudkan setiap saat dan karena mendapatkannya dengan cara menggunakan kekerasan dan penindasan, itu setiap orang untuk mendapatkan apa saja yang dibutuhkan tanpa harus menggunakan kekerasan dan penindasan. Itulah perdagangan dan hukum-hukum jual beli.

Usaha apapun yang dijalankan meski halal dan terhindar dari hal-hal yang syubhat apalagi yang haram atau bathil. Dimana usaha yang dijalankan tidak merugikan orang lain atau salah satu pihak, terhindar dari gharar (penipuan), menjauhkan dari unsur riba dan mendapatkan harta yang didapat secara bathil. Semua itu mesti dihindari agar memperoleh keridhaan Allah SWT, sebagaimana Firman Allah dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 :

٢٩- يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

29”Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu, dengan jalan bahtil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Soenarjo, 1971)

Dasar hukum jual beli dalam sunnah Rasulullah saw, diantaranya :

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ
أَطْيَبُ ؟ قَالَ : (عَمَلُ الرَّجُلِ جُلَّ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ). رَوَاهُ الْبَزَّازُ
وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ.

"Dari Rifa'ah bin Rafi' bahwasannya Nabi saw, ditanya : apa pencarian yang lebih baik. Jawabnya : Bekerja seseorang dengan tangannya dan tiap-tiap jual beli yang bersih. Diriwayatkan-dia oleh Bazzar dan disahkan dia oleh Hakim." (A.Hasan, 2001 : 344)

Untuk mencapai keberhasilan dalam usaha, diperlukan sejumlah faktor yang meliputi faktor fisik material dan mental spiritual. Disamping keberhasilan, keberkahan hendaknya menjadi salah satu tujuan yakni memperoleh keuntungan yang mendatangkan manfaat bagi kesejahteraan hidup

didunia dan akhirat. Nilai-nilai keberkahan inilah yang didambakan oleh setiap pengusaha mu'min agar keuntungan sungguh-sungguh mengarah kepada pembinaan kebahagiaan dunia akhirat.

Faktor-faktor fisik material yang dibutuhkan adalah tenaga kerja dan alat. Sedangkan faktor-faktor spritual memiliki (skill) taqwa, kejujuran (shidiq), amanah, niat yang baik, azam (kemauan keras), tawakal, ketekunan (Istiqomah), syukur dan qonaah serta lain-lain sifat dan sikap mahmudah (Hamzah Ya'qub, 1992 : 51)

Tak sedikit kaum muslimin yang mengabaikan mempelajari muamalah, mereka melalaikan aspek ini sehingga tidak perlu peduli kalau mereka memakan barang haram, sekalipun semakin hari usahanya kian mengikat dan keuntungan semakin banyak (Sayyid Sabiq, 1990 : 12).

Didalam usaha jual beli terdapat jual beli yang sah dan jual beli yang dilarang oleh syara. Jual beli sah adalah jual beli yang memenuhi ketentuan syara, baik rukun maupun syaratnya. Sedangkan jual beli yang dilarang diantaranya adalah jual beli yang mengandung unsur penipuan (gharar). Hal itu dilarang dalam Islam Rasulullah saw, bersabda :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ : نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ

الْحَصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ. رَوَاهُ مُسْلِمٌ.

"Dari Abi Hurairah ia berkata : Rasulullah saw. larang jual beli dengan lemparan batu dan larang jual beli gharar". Diriwayatkan-dia oleh Muslim. (A.Hasan, 2001: 351)

Didalam jual beli pasti ada cara dilakukan bahwa memasarkan produk (barang). Philip Kotler mengemukakan pendapatannya bahwa pemasaran adalah proses sosial didalamnya, individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan menawarkan secara bebas menukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Akan tetapi perusahaan juga melakukan komunikasi dengan pelanggan mereka, konteksnya dalam dunia bisnis kegiatan promosi merupakan market *communication*, dengan kata lain promosi adalah sarana perusahaan atau cara yang dilakukan perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan konsumen.

Kebijakan promosi bukan saja dimaksudkan untuk mengenal produk. Khususnya produk baru, tetapi juga meningkatkan image (citra) konsumen terhadap penampilan suatu perusahaan. Oleh karena itu promosi juga memerlukan penanganan manajemen antara lain:

1. Perlu ditetapkan tujuan promosi secara jelas dan terukur.
2. Perlu ditetapkan alat apa yang dipakai untuk kebijakan promosi tersebut, apakah dengan cara melalui televisi, radio, kunjungan kerumah-rumah dan lain-lain.
3. Perlu ada pretesting terhadap alat dan pendekatan yang dipakai dalam promosi tersebut.

4. Perlu ada kebijakan pengendalian dan evaluasi, tentunya dimaksudkan agar apa yang dilakukan cukup konsisten dengan tujuan perusahaan yang diinginkan.

Menurut pandangan Islam kegiatan pemasaran dalam bentuk promosi tidak dilarang, namun jika pemasaran tersebut tidak sesuai lagi dengan asas-asas hukum Islam maka diperbolehkan. Oleh karena itu dapat dipahami bahwa perkembangan usaha akan berkembang begitu cepat dan dinamis, untuk itu Islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai metode dalam melakukan perdagangan, namun demikian ini tidak berarti segala kasus praktek yang muncul dan berkembang ditengah masyarakat dapat dibenarkan kebenarannya. Karena adanya patokan yang tegas menyangkut larangan dalam bidang ekonomi dan perdagangan diantara komoditas tidak halal, transaksi riba, unsur judi, penipuan dan investasi haram.

Oleh karena itu berkewajiban manusia harus bersyukur kepada Allah atas nikmat-nikmat yang telah dilimpahkan-Nya disamping itu juga larangan tersebut adalah untuk kemaslahatan. Dengan demikian didalam hukum Islam motif ekonomi itu diikat dengan syarat-syarat moral (seperti tidak menipu), sosial dan pembatasan-pembatasan diri dalam mendatangkannya. (Djajuli, 2000:173-177)

Maka dari itu PT. Mulia Sejahtera berupaya menghimpun dan mengoptimalkan para produsen muslim untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan halal.

E. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di PT. Mulia Sejahtera, Jl. SMA No. 10 Cawang Jakarta Timur

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode yang bersifat deskriptif. Untuk mendapatkan data dan informasi yang berkenaan dengan judul skripsi ini, peneliti menggunakan tehnik penelitian lapangan yaitu melakukan survei dan penelitian langsung ke PT. Mulia Sejahtera

3. Sumber data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data primer, yaitu data para personal, bagian keuangan yang diperoleh langsung dari PT. Mulia Sejahtera, Mstore (outlet belanja sentral aktivitas serta informasi jalinan klub) dan Sprinter (distributor yang menyediakan kebutuhan keluarga yang berada di lingkungan terdekat)

- b. Data sekunder, yaitu menggunakan tehnik kepustakaan dengan cara menelaah buku-buku yang ada hubungannya dengan penelitian.

4. Jenis Data

Sesuai dengan rumusan masalah jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif yang dihubungkan dengan masalah yang dihadapi yaitu faktor penunjang dan penghambat serta Klub Belanja Mulia Sejahtera dalam memadukan sistem penjualan konvensional dan MLM.

5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara (interview), yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan secara langsung dengan pihak pengurus PT. Mulia Sejahtera mengenai sistem penjualan dan hambatan dalam penjualan.

- b. Studi Kepustakaan

Penulisan mengumpulkan informasi dengan mencari data yang tertulis baik berupa buku-buku literatur yang menghubungkan dengan penelitian, seperti latar belakang berdirinya Klub Belanja Mulia Sejahtera, prinsip usaha, struktur organisasi, legalitas perusahaan, program kerja, serta produk Klub Belanja Mulia Sejahtera.

6. Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan penelitian kualitatif. Dalam penggunaannya penganalisaan dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menelaah semua sumber data yang diperoleh baik dari sumber primer maupun sekunder
- b. Melakukan klasifikasi terhadap data yang terkumpul sesuai dengan masalah yang diteliti
- c. Menghubungkan data yang terpilih dengan teori yang sudah dikemukakan dalam kerangka pemikiran
- d. Penarikan kesimpulan dari data-data yang dianalisis