

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang sempurna (komprehensif) yang mengatur aspek kehidupan manusia, baik akidah, ibadah, akhlak maupun muamalah. Salah satu ajaran yang sangat penting adalah bidang muamalah/*iqtishadiyah* (ekonomi islam). Syariat islam menjadi landasan utama dalam bermuamalah karena apabila bermuamalah sesuai dengan prinsip syariah maka tidak akan menimbulkan suatu hal yang dilarang oleh Allah SWT. demikian juga sebaliknya jika dalam bermuamalah tidak sesuai dengan prinsip syariah maka akan menimbulkan konflik diantara sesama.<sup>1</sup>

Di dalam Islam dilarang keras untuk melakukan penipuan, kebohongan dan mengingkari janji. Oleh karena itu , dalam melaksanakan jual-beli pebisnis muslim harus menghindari tindakan kebohongan , janji palsu, promosi yang tidak sesuai, serta publikasi produk yang menghalalkan segala cara.

Islam juga memberikan batasan terhadap pemilik harta dalam mengembangkan dan investasinya dengan cara-cara yang benar (*syar'i*) dan tidak bertentangan dengan akhlaq, norma dan nilai-nilai kemuliaan. Tidak pula bertentangan dengan kemaslahatan sosial karena dalam Islam ekonomi dan akhlak tidak dapat dipisahkan.

Kegiatan ekonomi berhubungan erat lewat kesatuan dengan lingkungan etika manusia. Dan salah satu pentingnya mempelajari etika dalam hal ini tak

---

<sup>1</sup> Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta; GIP, 2002), hlm. 17-18

lain adalah guna memberikan wawasan baru bagi terciptanya pedoman dalam mengambil keputusan bisnis yang memerlukan dimensi moral dalam penentuannya, Bagi pelaku bisnis sendiri tentunya hal itu akan memberikan suatu pemahaman serta pengaruh bagi munculnya berbagai keputusan yang diambil ketika berhadapan dengan pesaing, konsumen, pemerintah, maupun ketika menghadapi pesaing bisnis di era modern ini.<sup>2</sup>

Tujuan utama aktifitas ekonomi, yaitu untuk mencegah bahaya kelaparan, sulitnya mendapatkan kebutuhan hidup dan faktor-faktor lain yang mengganggu pikiran manusia dalam hal mencari kebutuhan hidup. Salah satu kegiatan yang sering dilakukan dalam pengelolaan distribusi bahan produksi yaitu dengan cara penimbunan. Hal tersebut dilakukan oleh beberapa pihak untuk memperoleh suatu keuntungan lebih dengan menyesuaikan waktu dan keadaan pasar yang telah dispekulasikan sebelumnya. Praktek penimbunan memang sering dilakukan oleh pengusaha yang sudah memiliki kemampuan dan bahan yang menjadi pendukung untuk manajemen waktu penjualan.

Allah SWT, telah memberikan hak setiap orang untuk membeli dengan harga yang di senangi. Islam memang mendorong pengusaha/pedagang untuk memperbesar modal melalui bisnis atau perdagangan. Namun secara tegas juga melarang upaya pembesaran (penambahan) modal melalui praktek peminjaman berbunga yang terlalu tinggi.<sup>3</sup>

Sebenarnya praktek penimbunan dalam kegiatan jual-beli itu dilarang oleh hukum islam, karena hal tersebut merupakan salah satu kegiatan ekonomi

---

<sup>2</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*,(Semarang: Walisongo Pres, 2009),hal,151.

<sup>3</sup> Rodney Wilson, *Bisnis Menurut Islam, Teori dan Praktek*, (Jakarta: Intermasa, 1988) hal, 17.

dalam memperoleh harta dengan cara yang bathil. Hal tersebut terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 188 yaitu sebagai berikut :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا  
فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.(QS.Al-Baqarah:188)<sup>4</sup>

Dalam kondisi seperti jika terjadi kelangkaan barang pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan uang menjadikan seorang tidak lagi memandang pentingnya etika dalam berbisnis, hasil akhir berupa materi yang diharapkan. Saling menjatuhkan satu sama lain seakan-akan menjadi hal yang biasa dalam suatu pemasaran. Singkatnya, seorang pelaku bisnis hendaknya menghindari dan menahan diri dari bisnis yang tidak menguntungkan dan jangan sampai melakukan sebuah bentuk kezaliman atau perampasan hak orang lain, sebab tindakan ini hanya akan menimbulkan kerugian yang pasti.<sup>5</sup>

Praktek penyimpanan/penimbunan ikan laut merupakan salah satu kebiasaan yang sudah di maklumi oleh para pedagang, khususnya bagi masyarakat daerah kecamatan sarang, yaitu tepatnya di desa karangmangu. dan hal tersebut sering terjadi pada setiap tahun dimana pada saat itu banyak nelayan yang jarang berangkat untuk mencari ikan, seperti hari-

<sup>4</sup> Al-Qur'an, Surah, Al-Baqarah,188.

<sup>5</sup> Hermawan kartajaya, Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*,(Bandung:PT Mizan Pustaka.2006),.hlm 119.

hari lebaran dan jika datang bulan-bulan yang memang pada saat itu kondisi laut memang sedang tidak bersahabat, dan tingginya gelombang laut juga menjadikan para nelayan enggan untuk pergi mencari ikan, hal ini dikarenakan pada bulan-bulan tersebut memang jarang sekali para nelayan yang pergi ke tengah laut untuk mencari ikan, karena mengingat tingginya gelombang laut dan hasil tangkapan juga tidak banyak. hal ini masyarakat sarang sering menyebutnya sebagai musim (*Rentak*). Dalam hal seperti ini jika para pedagang tidak memiliki kemampuan dan barang yang menjadi faktor pendukung untuk manajemen waktu penjualan sudah pasti jelas akan sangat merugikan para pedagang. Dan akan menjadi suatu kebanggaan bagi pedagang yang memiliki kemampuan tersebut. Hal ini hanya dilakukan oleh sebagian pengusaha yang mempunyai gudang atau tempat penyimpanan yang cukup besar. Hal itu dilakukan agar supaya ikan laut yang disimpan dapat dijual dikemudian hari dengan menyesuaikan kondisi permintaan pasar yang telah meningkat.

UD Samudera Jaya adalah salah satu dari sekian banyaknya usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan ikan laut, Usaha ini tepatnya terletak di sebelah selatan jalan pantai Desa Karangmangu, Kecamatan Sarang, Provinsi Jawa Tengah. Meskipun lokasinya tidak berada di jalan besar, namun usaha ini sangat padat akan aktifitas ekonominya.

UD Samudera Jaya merupakan salah satu agen ikan terbesar di Rembang Provinsi Jawa Tengah dan paling banyak mendistribusikan hasil tangkapan para nelayan yaitu berupa ikan-ikan segar ke berbagai wilayah.

Ketika pada masa dimana permintaan ikan laut meningkat dan jumlah barangnya itu terbatas maka secara otomatis harga akan melonjak naik, ketika penawaran meningkat dan jumlah barang melimpah maka harga akan turun. Persoalan ini sangat dimanfaatkan oleh para pengusaha yang memiliki gudang penyimpanan yang besar seperti UD Samudera Jaya salah satunya, untuk melakukan penimbunan. Dalam prakteknya jual beli ikan laut pengusaha melakukan dugaan keuntungan untuk mendapatkan harga yang relatif tinggi dengan memanfaatkan cuaca dan kondisi laut memang pada saat itu jarang adanya kapal yang pergi untuk mencari ikan. Yang pada akhirnya jika dalam kondisi terjadi kelangkaan barang akan menimbulkan persaingan yang cukup ketat, karena memang saat itulah para pengusaha dituntut untuk memiliki persediaan barang yang ada di gudang-gudang penyimpanan mereka untuk ditimbun. sehingga para pedagang beranggapan semakin banyak persediaan barang yang dimiliki maka akan semakin besar pula keuntungan yang akan didapat, karena jika hal tersebut tidak dilakukan bukan hanya kerugian saja yang didapat bahkan akan berpengaruh terhadap konsumen yang merasa kecewa karena tidak sanggupnya produsen memenuhi kebutuhan mereka. Oleh sebab itu setiap pedagang dituntut untuk semakin ulet dan berani berspekulasi agar mendapat hasil yang maksimal dalam memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>6</sup>

Dalam menjalankan kegiatannya, konsep *syariah marketing* mempunyai tujuan utama selain mencari laba yaitu bisnis yang disertai

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Aupal Marom (pemilik UD Samudera jaya), 23 Agustus 2018 pukul 20.00

keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah SWT. Ini akan menjadi bibit dan modal untuk tumbuh menjadi bisnis yang besar, yang memiliki kharisma, keunggulan dan keunikan yang tak tertandingi.

*Syari'ah marketing* tidak lepas dari etika bisnis islam, karena *Syari'ah marketing* sebagai pelaksana dunia usaha yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen.<sup>7</sup> Sedangkan etika bisnis adalah aturan yang membatasi *marketing*, sehingga dalam prakteknya *marketer* akan memasarkan barang dan jasa sesuai dengan etika bisnis islam. Strategi *marketing* tidak hanya semata-mata mengutamakan keuntungan, melainkan lebih mengutamakan keberkahan, karena hasil akhirnya akan sia-sia jika menjual hasil yang besar tapi tidak berkah.<sup>8</sup>

Dari latar belakang di atas maka peneliti akan melakukan penelitian untuk mengkaji dan mempelajari secara mendalam dalam bentuk judul :  
**STRATEGI PENJUALAN IKAN LAUT “UD SAMUDERA JAYA”  
 DI TINJAU DARI SYARI’AH MARKETING (Studi kasus di Ds.  
 Karangmangu, Kec. Sarang, Kab. Rembang)**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan judul dan latar belakang diatas maka yang menjadi rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penjualan ikan laut UD Samudera Jaya di Desa Karangmangu Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang?

---

<sup>7</sup> Abdurrahman, *Strategi Genius Marketing Ala Rasulullah*, 80.

<sup>8</sup> Ibid,70

2. Bagaimana strategi penjualan ikan laut UD Samudera Jaya di Desa Karangmangu Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang ditinjau dari *syari'ah marketing*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi penjualan ikan laut UD Samudera Jaya di Desa Karangmangu Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang?
2. Untuk mengetahui strategi penjualan ikan laut UD Samudera Jaya di Desa Karangmangu Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang ditinjau dari *syari'ah marketing*?

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut yaitu :

1. Kegunaan secara teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dibidang Ekonomi Syariah, terutama dalam bidang pemasaran.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi Peneliti

Kemampuan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah dan dapat menambah pengetahuan serta menambah wawasan tentang ekonomi syariah,

khususnya mengenai strategi pemasaran pada penjualan ikan laut UD Samudera Jaya di Desa Karangmangu Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang.

b. Bagi Produsen

Bagi produsen diharapkan dapat menjadi tambahan informasi yang mermanfaat untuk meningkatkan penjualan ikan laut UD Samudera Jaya di Desa Karangmangu Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang.

c. Bagi Akademik

Hasil ini dapat dijadikan masukan yang berharga dan menambah informasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ekonomi syariah, serta dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan.

d. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan wawasan pembaca tentang keilmuan ekonomi syariah khususnya terkait dengan strategi pemasaran pada penjualan ikan laut UD Samudera Jaya di Desa Karangmangu Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang.

## **E. Telaah Pustaka**

Telaah pustaka sangat diperlukan dalam suatu penelitian karena berguna untuk member ikan penjelasan dan batasan tentang informasi yang diperoleh dan digunakan melalui kajian pustaka, terutama yang berkaitan dengan tema yang sedang dibahas. Pada umumnya telaah pustaka digunakan untuk memperoleh gambaran tentang penelitian terdahulu yang ada hubungannya

dengan tema yang sedang diteliti, sehingga tidak terjadi pengulangan yang tidak diperlukan.<sup>9</sup> Adapun penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penelitian ini adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hawin Mufida berjudul “Strategi Pemasaran UD Universal Bakery di Dusun Garu Desa Garu Kecamatan Baron Kabupaten Nganjuk Ditinjau dari Etika Bisnis Islam”. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa strategi pemasaran dan sarana prasarana perusahaan sudah sesuai dengan etika bisnis islam, karena mengedepankan norma, etika, dan akhlak serta mengkaidahkan tauhid, adil, nubuwah, khilafah dan maad, dan tidak ada unsur penipuan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Mujab berjudul “Strategi Pemasaran pabrik roti NAF’A bakery Dusun Pandan Desa Canggung Kecamatan Badas Kabupaten Kediri ditinjau dari *Syariah Marketing*”. Dari penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran sudah sesuai dengan *syariah marketing* yang tidak lepas dari etika bisnis islam yang tidak semata-mata mengutamakan keuntungan, melainkan lebih mengutamakan keberkahan.

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini terletak pada penerapan strategi pemasaran akan tetapi pada penelitian ini lebih fokus kepada penjualan. Agar dapat menentukan tujuan dan sarannya yaitu mencapai tingkat keuntungan yang diharapkan perusahaan. Sedangkan letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian diatas terletak pada

---

<sup>9</sup> Abudin Nata, *Metodologi Studi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), 125.

strategi dan objek, tempat dan tinjauan yang diteliti. Penelitian diatas hanya pada strategi pemasaran ditinjau dari etika bisnis islam dan wilayah pemasarannya hanya dikalangan kota maupun kabupaten saja, sedangkan penelitian ini objeknya penjualan ikan laut ditinjau dari syariah marketing yang lebih fokus pada penjualannya.