

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial, yaitu makhluk yang berkodrat hidup dalam masyarakat. Sebagai makhluk sosial, dalam hidupnya manusia memerlukan adanya manusia-manusia lain yang bersama-sama hidup dalam masyarakat. Dalam hidup bermasyarakat, manusia selalu berhubungan satu sama lain, disadari atau tidak, hal itu untuk mencukupkan kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Sudah menjadi kodrat manusia yang diciptakan Allah untuk saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya. Supaya mereka saling tolong menolong, tukar menukar kebutuhan dalam segala urusan kepentingan hidup, baik dengan jalan jual beli, sewa menyewa, hutang piutang, bercocok tanam atau dengan lainnya. Pergaulan hidup tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang-orang lain disebut muamalah.¹

Kebutuhan materi manusia berkembang sejalan dengan perkembangan budaya manusia itu sendiri, manusia dalam bermuamalah diberi kebebasan dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, kebebasan merupakan unsur dasar manusia, namun kebebasan itu tidak berlaku mutlak, kebebasan itu dibatasi oleh manusia lain.² Untuk memenuhi kebutuhan yang tidak bisa didaparkannya sendiri, untuk mendapatkan kebutuhan-kebutuhan itu setiap manusia melakukan transaksi ekonomi agar dapat memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Salah satu cara yang dilakukan masyarakat untuk mendapatkan kebutuhan yang belum terpenuhi yaitu dengan mengadakan praktik arisan. Sebenarnya hakikat arisan adalah setiap orang dari anggotanya meminjamkan uang kepada anggota yang menerimanya kecuali orang yang pertama mendapatkan arisan, maka ia menjadi orang yang berhutang terus setelah mendapatkan arisan, juga

¹Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 11.

² Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 31.

orang yang terakhir mendapatkan arisan maka ia selalu menjadi pemberi hutang kepada anggota.³

Menurut Rohma Rozikin, hukum arisan dalam hukum Islam adalah mubah karena termasuk akad utang piutang atau yang disebut dalam fikih dengan istilah *qard*. Orang yang mendapatkan arisan pada giliran pertama bermakna berutang kepada anggota arisan lain.⁴ Utang (*al-qard*) merupakan upaya memberikan pinjaman kepada orang lain dengan syarat pihak peminjam menggantikan gantinya.

Dalam masalah ini, dikatakan *qard* karena orang memotong sebagian, artinya dipinjamkan pada orang lain.⁵ Dalam Islam hutang piutang diperbolehkan sebagaimana firman Allah yang berbunyi:

**مَنْ ذَا الَّذِي يُقرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا
فَيُضِعَّهُ لَهُ وَلَهُ أَجْرٌ كَرِيمٌ**

Artinya:Siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, maka Allah akan melipat-gandakan (balasan) pinjaman itu untuknya, dan dia akan memperoleh pahala yang banyak. (QS. Al-Hadid: 11).⁶

Dalam konsep utang piutang seseorang menyerahkan uang kepada orang yang bisa memanfaatkannya, kemudian ia meminta pengembaliannya sebesar uang tersebut.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba.⁷ Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala

³Ahmad Ali MD, "Hukum Arisan Qurban dan Akikah," dalam <http://aalimd.blogspot.com/2010/12/hukum-arisan-qurban-dan-akikah.html>, (diakses pada 8 Maret 2022, jam 20.31 WIB).

⁴Rohma Rozikin, *Hukum Arisan dalam Islam* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2018), 84.

⁵Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 177.

⁶Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Al-Mujamma', 1971), 902.

⁷ Basu Swasta Darmamaesta, *Manajemen pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPPFE, 2000), 3.

proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Sedangkan menurut Kertajaya dan Sula, Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.

Dalam prinsip ekonomi dan bisnis Islam bertujuan untuk menyejahterakan masyarakat secara adil dan seimbang karena dengan landasan ini para pihak yang terlibat dalam proses ekonomi tidak akan saling menindas atau mengeksploitasi satu sama lain. Nilai-nilai moral menjadi bagian fundamental bagi kegiatan ekonomi. Dengan berpedoman pada aturan ketuhanan (Ilahiyah), setiap tindakan dan perbuatan manusia memiliki unsur moral, etika dan ibadah. Setiap tindakan dan perbuatan manusia tidak akan terlepas dari unsur nilai, secara vertical merefleksikan moralitas yang baik. Sedangkan secara horisontal mampu memberikan manfaat bagi sesama manusia dan makhluk lainnya.

Menurut madhhab Shafi'iyah rukun *qard* sama seperti rukun jual beli, yaitu *muqrid* (orang yang memiliki barang-barang untuk dihutangkan), *muqtarid* (orang yang mempunyai hutang), *muqtarad* (obyek yang dihutang), *sighah* akad (*ijab* dan *qabul*). Sedangkan syarat *qard* menurut ulama madhhab Hanafiyah yaitu dijamin dengan barang yang sepertinya⁸, waktu pengembalian harta pengganti adalah kapan saja terserah kehendak si pemberi pinjaman,⁹ dan makruh seseorang mewajibkan sesuatu kepada orang lain dengan imbalan manfaat.¹⁰

Syarat *qard* menurut madhhab Shafi'iyah yaitu yang memberi hutang harus layak sebagai pemberi. Maka, tidak sah bagi seorang wali memberi

⁸ Shaikh 'Abdurrahman Al-Jazayri, *Fikih Empat Madzhab jilid 3* (t.tp.: Pustaka Al-Kautsar, t.th.), 567.

⁹ Wah}bah Al-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu Juz 5* (Jakarta: Gema Insani, 2011), 379.

¹⁰ Al-Jazayri, *Fikih Empat*, 568.

hutang harta orang yang diampu yang ada dalam kekuasaanya tanpa darurat,¹¹ waktu pengembalian harta pengganti adalah kapan saja terserah kehendak si pemberi pinjaman, setelah peminjam menerima pinjamannya. Karena *qard* merupakan akad yang tidak mengenal batas waktu.¹² Menurut madhhab Malikiyah yaitu setiap yang jenisnya bisa diterima untuk transaksi *salam*, sah untuk *qard*. Seperti barang-barang yang ditukar, dikilo atau dihitung perbiji,¹³ waktu pengembalian harta pengganti adalah ketika sampai pada batas waktu pembayaran yang sudah ditentukan di awal.¹⁴

Sedangkan menurut madhhab Hambali syarat *qard* adalah *qard* sah pada setiap benda (barang) yang boleh diperjualbelikan berupa barang-barang yang ditakar, ditimbang, diukur, dihitung perbiji dan lainnya, disyaratkan pada barang yang dihutang, jumlah atau besarnya harus jelas, yang berhutang disyaratkan orang yang layak memberi, dalam akad *qard* tidak boleh mensyaratkan menarik manfaat untuk yang memberi hutang,¹⁵ waktu pengembalian harta pengganti adalah kapan saja terserah kehendak si pemberi pinjaman, setelah peminjam menerima pinjamannya.¹⁶

Dalam praktiknya akhir-akhir ini banyak sekali bermunculan berbagai macam arisan. Bentuk arisan ada yang berupa arisan uang ada yang berupa arisan barang, dan seiring dengan perkembangan zaman maka munculah seperti arisan haji, arisan qurban, arisan baju, arisan lelang, dan arisan padi. Di antara berbagai macam bentuk arisan tersebut terdapat arisan yang berkembang di *reseller* Al-Ahla Jombang yaitu melakukan arisan dengan barang dari produk Al-Qolam, selain untuk mengoptimalkan keuangan masyarakat hal tersebut sekaligus sebagai strategi yang digunakan untuk mempromosikan produk-produk dari Al-Qolam. **Al-Qolam** merupakan salah satu divisi dari PT. Hidayah Insan Mulia yang fokus pada pemenuhan kebutuhan masyarakat muslim. Al-Qolam telah merilis produk-produk dengan berbagai kategori

¹¹ Ibid., 569.

¹² Al-Zuhaili, *Fiqih Islam*, 379.

¹³ Al-Jazayri, *Fikih Empat*, 572.

¹⁴ Al-Zuhaili, *Fiqih Islam*, 379.

¹⁵ Al-Jazayri, *Fikih Empat*, 573.

¹⁶ Ibid., 574.

seperti *Smart Quran, Kids & Education, Health, Digital Application* dan lain-lain. Produk-produk tersebut merupakan produk inovatif dan edukatif didukung dengan *high technology*.¹⁷

Dalam arisan yang diadakan di *reseller* Al-Ahla tersebut sistemnya menggunakan sistem *online* dengan melakukan transfer uang yang digunakan untuk pembayaran arisan tersebut. Anggota yang mengikuti arisan itu pun tidak harus orang-orang terdekat, tetapi orang-orang jauh juga bisa mengikuti. Hal tersebut dikarenakan sistem yang diterapkan menggunakan arisan *online* yang semuanya bisa diikuti tanpa harus hadir dalam arisan tersebut.¹⁸

Dalam arisan *online* yang dilakukan di *reseller* Al-Ahla ini anggota bebas mau ikut arisan yang berapa bulan, ada yang tiga bulan, lima bulan, sepuluh bulan dan ada yang arisan gabungan dari bulan-bulan tersebut. Di arisan ini juga bebas menentukan ingin produk apa, jadi setiap orang berbeda-beda dalam pembayaran tiap bulannya dan undian arisan dilakukan setiap satu bulan sekali. Apabila ikut arisan yang tiga bulan maka ada tiga orang yang ikut dan bisa jadi barang yang diinginkan berbeda-beda. Jadi ke tiga anggota arisan tersebut membayar arisan dengan nominal yang berbeda-beda.¹⁹

Pada arisan ini karena sistemnya *online* dan yang ikut tidak hanya orang-orang dekat saja maka terdapat hal-hal yang terjadi seperti apabila orang tersebut sudah mendapatkan arisan maka pada bulan berikutnya sulit diminta untuk membayar sehingga penerima arisan berikutnya belum bisa mendapatkan barang yang seharusnya diperoleh pada bulan itu. Pembelian barang mundur karena uang yang digunakan belum mencukupi. Pembayaran arisan ini memang hampir mirip dengan pembayaran kredit. Pada arisan *online* yang dilakukan di *reseller* Al-Ahla Jombang selain terdapat keterlambatan dalam pembayarannya juga terdapat penggantian barang arisan *online*.²⁰

Dalam arisan *online* tersebut terdapat juga arisan gabungan yaitu arisan yang digabungkan menjadi satu kelompok antara tiga bulan, lima bulan dan

¹⁷Alqolam, "Program Reseller Al-Qolam Periode 2017," dalam <https://alqolam.com/program-reseller-al-qolam-periode-2017/>, (diakses pada tanggal 9 Februari 2022, jam 15.58) .

¹⁸ Fitri, Hasil Wawancara, Jombang, 11 Februari 2022.

¹⁹ Siti Fatimah, Hasil Wawancara, Jombang, 11 Februari 2022.

²⁰ Hasanah, Hasil Wawancara, Jombang, 11 Februari 2022.

sepuluh bulan. Dalam arisan gabungan ada sepuluh anggota. Sistem undiannya yaitu yang ikut arisan tiga bulan maka mengambil nomor undian antara satu sampai tiga, yang ikut lima bulan berarti mengambil nomor undian antara empat dan lima, kemudian yang ikut sepuluh bulan maka mengambil nomor undian antara enam sampai sepuluh. Pembayaran dan undian dilakukan setiap satu bulan sekali. Pembayaran yang dilakukan tiap-tiap anggota arisan bisa berbeda-beda tiap bulannya tergantung barang yang diinginkan.²¹

Dalam arisan gabungan ini di pertengahan arisan ada salah satu anggota yang ikut arisan lima bulan meminta ganti barang arisan. Barang arisan yang awalnya adalah *smart hafiz* original seharga Rp. 1.995.000 minta diganti dengan *smart hafiz new versi 4* yang nominalnya lebih besar yaitu Rp. 2.299.000. Anggota arisan tersebut berjanji akan membayar kekurangan biaya pembelian pada bulan berikutnya dan otomatis untuk pembelian barang menggunakan uang anggota lain dahulu yang mendapat undian antara nomor tujuh sampai sepuluh.²²

Pihak *reseller* dan anggota arisan pun mengizinkan karena memang tiap bulannya anggota tersebut selalu lancar dalam pembayarannya. Akan tetapi sampai tiba undian yang ke sepuluh anggota yang minta ganti barang tidak kunjung membayar kekurangan dan bahkan tidak membayar sama sekali dengan alasan tidak punya uang. Akhirnya anggota arisan dengan undian terakhir harus mendapat barang yang nominalnya lebih kecil. Barang awal yang diinginkan adalah *hafiz & hafizah talking doll* seharga Rp. 2.450.000 karena uang terpakai untuk anggota yang ganti barang tadi maka barang yang diinginkan anggota undian terakhir diganti dengan *smart hafiz* original yang harganya hanya Rp. 1.995.000. Padahal uang yang dibayarnya selama sepuluh bulan seharusnya cukup untuk pembelian *hafiz & hafizah talking doll* tetapi karena uangnya dipakai dan tidak dikembalikan maka barang diganti dengan nominal harga yang lebih kecil. Dan penggantian barang yang seperti itu sering terjadi di *reseller* Al-Ahla Jombang.²³

²¹ Fitri, Hasil Wawancara, Jombang, 11 Februari 2022.

²² Siti Fatimah, Hasil Wawancara, Jombang, 11 Februari 2022.

²³ Suliha, Hasil Wawancara, Jombang, 11 Februari 2022.

Salah satu syarat *qard* menurut Malikiyah yaitu waktu pengembalian harta pengganti adalah ketika sampai pada batas waktu pembayaran yang sudah ditentukan di awal. Karena madhhab Malikiyah berpendapat bahwa *qard* bisa dibatasi dengan waktu. Sedangkan arisan *online* produk Al-Qolam tersebut sistem pembayarannya pun mirip pembayaran kredit yang diangsur beberapa bulan dan ada orang yang susah diminta membayar tepat waktu sehingga penerimaan barang arisan pada anggota lain harus mundur dari yang seharusnya disepakati di awal. Hal itu karena uang masih kurang untuk membeli barang arisan.

Selain permasalahan di pembayaran terdapat juga permasalahan terkait penggantian barang arisan. Di salah satu syarat *qard* menurut Hanafi adalah dijamin dengan barang yang sepeertinya. Jika hutang gandum maka ia harus mengembalikan gandum sepeertinya tanpa melihat perubahan harga, begitu juga untuk barang selain yang ditakar. Demikian juga dengan pengertian *qard* menurut madhhab Hambali bahwa *qard* ialah memberikan harta kepada orang yang mememanfaatkannya lalu orang itu mengembalikan yang sepeertinya. Pada kenyataannya anggota menggunakan uang anggota lain dan tidak mau membayar kekurangannya sama sekali sehingga berakibat anggota arisan undian terakhir mendapatkan barang yang berbeda dari yang diinginkan. Barang yang didapat nominal harganya lebih kecil dan tidak sesuai kesepakatan awal. Jadi, beberapa resiko yang ada pada sistem manajemen transaksinya dalam bermuamalah tersebut menjadikan pihak yang akan menanggungnya.

Dari beberapa uraian di atas peneliti akan melakukan penelitian tentang strategi pemasaran dan etika bisnis islam terhadap produk Al-Qolam di *reseller* Al-Ahla Jombang. Reseller Al-Ahla Jombang dipilih karena memang *reseller* Al-Ahla Jombang sudah berdiri sejak lama dan memiliki banyak *customer*. Peneliti juga melihat adanya sistem arisan *online* yang di dalamnya terdapat suatu permasalahan yang dapat merugikan beberapa pihak. Di *reseller* Al-Ahla Jombang ini selama arisan *online* pertama dimulai membebaskan siapa saja

yang ingin ikut dan selalu memperbolehkan penggantian barang arisan meskipun hal-hal tersebut menyebabkan adanya permasalahan, berbeda dengan *reseller* lain yang kemudian melakukan pembatasan-pembatasan terhadap anggota yang ikut dan penggantian barang tidak diizinkan kesemua anggota.

Berdasarkan latar belakang masalah itu, peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisis secara mendalam tentang strategi pemasarannya dalam berbisnis melalui praktik arisan produk Al-Qolam yang menggunakan sistem arisan online di *reseller* Al-Ahla Jombang yang disesuaikan dengan etika bisnis Islam, dengan judul tesis “**STRATEGI PEMASARAN DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRODUK AL-QOLAM DI RESELLER AL-AHLA JOMBANG**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran bisnis produk Al-Qolam di *reseller* Al-Ahla Jombang ?
2. Bagaimana etika bisnis islam dalam pemasaran produk Al-Qolam di *reseller* Al-Ahla Jombang ?
3. Bagaimana meminimalisir resiko kerugian dalam pemasaran produk Al-Qolam di *reseller* Al-Ahla Jombang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini secara umum bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan strategi pemasaran bisnis produk Al-Qolam di *reseller* Al-Ahla Jombang.
2. Untuk menjelaskan etika bisnis islam dalam pemasaran produk Al-Qolam di *reseller* Al-Ahla Jombang.
3. Untuk menjelaskan cara meminimalisir resiko kerugian dalam pemasaran produk Al-Qolam di *reseller* Al-Ahla Jombang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, yakni memperkaya dan memperluas khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Syariah terutama yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan etika bisnis islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman dan pertimbangan akademik sehingga masyarakat bisa lebih bijak dan mempunyai etika sesuai dalam Agama Islam ketika memasarkan bisnisnya .
- b. Bagi reseller hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas manajemen dan pelayanan bisnisnya dengan strategi tertentu yang tepat sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.

E. Kajian Penelitian Terdahulu

Berdasarkan dari persoalan di atas maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berupa karya ilmiah yang digunakan peneliti sebagai tambahan referensi dalam penelitian tersebut, yaitu :

Tesis karya Nurhidayatulloh, yang berjudul “Strategi Pemasaran Bisnis Ritel Modern Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”. Penelitian ini memfokuskan kajiannya terhadap strategi pemasaran terkini dan terbaru sesuai kondisi saat itu yang mendukung dalam lingkungan tempat penelitiannya tersebut. Walaupun menggunakan strategi pemasaran yang konvensional akan tetapi secara tidak langsung telah memasukkan nilai-nilai karakteristik pemasaran syariah dan prinsip-prinsipnya telah disesuaikan dengan perspektif ekonomi syariah. Hal demikian diterapkan pada seluruh aktivitas dan manajemennya yang senantiasa mengarahkan pada kemaslahatan. Diketahui secara implisit meskipun secara eksplisit tidak dimunculkan.²⁴

²⁴ Nurhidayatulloh, “Strategi Pemasaran Bisnis Ritel Modern Dalam Perspektif Ekonomi Syariah,” *Tesis* (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018), 79.

Tesis karya Muhammad Nur Khozin, yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Pembentuk *Customer Perceived Value* Pada *Siete Cafe* Kota Bandung”. Penelitian ini memfokuskan kajiannya terhadap faktor-faktor yang mendominasi perkembangan bisnis dengan meningkatkan strategi jitu tertentu. Nilai pelanggan merupakan kombinasi kualitas, pelayanan, harga dari suatu penawaran produk. Nilai pelanggan adalah selisih antara jumlah nilai bagi pelanggan dengan jumlah biaya dari pelanggan, dan jumlah nilai bagi pelanggan adalah sekelompok keuntungan yang diharapkan pelanggan dari barang atau jasa tertentu. Hal ini sangat perlu diperhatikan oleh perusahaan agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan untuk mempertahankan usahanya dengan memperhatikan nilai pelanggan atau *customer perceived value*.²⁵

Jurnal karya Nurhasanah; Ahmad Luthfi; Abd. Jalil, yang berjudul “Strategi Pemasaran Warung Kopi H. Ismail Dalam Meningkatkan Dan Mempertahankan Konsumen Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam”. Penelitian ini memfokuskan kajiannya dalam meningkatkan dan mempertahankan konsumen warung kopi H. Ismail menggunakan strategi pemasaran dengan marketing mix yang dikenal dengan 4P (produk, price, place, dan promotion), serta menggunakan strategi pemasaran yang sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu: Al-insaniyah, akhlakulkarimah, halal, al-waqi’iyah atau realistik dan tidak membahayakan pelanggan.²⁶

Jurnal karya Syaeful Bakhri; Leliya; Latip Purnama, yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa”. Penelitian ini memfokuskan kajiannya terhadap konsep strategi bauran pemasaran atau *mix marketing* digunakan untuk melihat sejauh mana penerapan pemasaran pada perusahaannya dalam meningkatkan penjualan. Meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi produknya. Serta tinjauan

²⁵ Muhammad Nur Khozin, “Analisis Faktor-Faktor Pembentuk *Customer Perceived Value* Pada *Siete Cafe* Kota Bandung,” *Tesis* (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), 96.

²⁶Nurhasanah; Ahmad Luthfi; Abd. Jalil, “Strategi Pemasaran Warung Kopi H. Ismail Dalam Meningkatkan Dan Mempertahankan Konsumen Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam,” *Al-Mizan*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol.3 No.2 (Desember 2020), 89.

dalam etika bisnis Islam terhadap strategi pemasarannya dibuktikan dengan adanya kejujuran, keadilan, tolong menolong dan tidak menyembunyikan cacat produk. Dalam strategi tersebut diyakini bahwa apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapatkan keberkahan dan keridhaan dari Allah SWT atas apa yang diusahakan.²⁷

Jurnal karya Zulfa Nabillatu Rozhania, Kholil Nawawi, Syarifah Gustiawati yang berjudul, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi Pada Almeera Moslem Store Bogor”. Penelitian ini memfokuskan kajiannya terhadap penerapan etika bisnis Islam dalam praktik pemasaran produknya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang terpenuhi yaitu prinsip tauhid, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran. Dalam penyesuaian yang ditunjukkan oleh pelaku bisnis ketika memasarkan bisnisnya yaitu diniatkan ibadah untuk keberkahan dunia hingga akhirat, dengan selalu bersikap jujur, tidak membedakan konsumen dari segi apapun, produktifitas pelaku usahanya, pertanggungjawaban dalam pemasaran produk, dan selalu bersikap ramah tamah serta sopan kepada konsumen.²⁸

Dari beberapa referensi penelitian terdahulu di atas yang sama-sama menunjukkan strategi pemasaran khususnya pada kegiatan ekonomi bisnis dalam transaksionalnya, yang dari semua itu belum tentu memperhatikan etika bisnis Islam ketika menjalankan usahanya. Perbedaan dari penelitian yang sudah ada di atas dengan penelitian yang penyusun lakukan yaitu dalam penerapan strategi pemasarannya yaitu diadakan arisan online. Pada penelitian sebelumnya adalah penelitiannya memfokuskan pada konsep, faktor, hingga strategi jitu dalam memasarkan produk perusahaannya. Sedangkan penelitian

²⁷Syaeful Bakhri; Leliya; Latip Purnama, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa,” *Al-Mustashfa*, Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam, Vol.3 No.2 (Desember 2018), 137.

²⁸Zulfa Nabillatu Rozhania, Kholil Nawawi, Syarifah Gustiawati, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi Pada Almeera Moslem Store Bogor,” *El Mal*, jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, Vol.5 No.1 (2022), 126.

sesudahnya membahas mengenai strategi pemasaran dengan metode dan sistem dalam pemasaran produk yang sedang melebarkan kualitas serta kuantitas. Persamaannya dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meninjau soal pemasaran suatu produk agar dapat meningkatkan mutu pelayanan terhadap konsumen.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah serta memahami tesis ini, maka penulis mengelompokkan menjadi 5 bab dan masing-masing bab ini terbagi menjadi beberapa sub bab yaitu semua menjadi satu rangkaian pembahasan yang sistematis berkaitan antara yang satu dengan yang lain. Adapun sistematika pembahasannya adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan gambaran umum untuk memberi pola pemikiran bagi seluruh isi yang meliputi : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, kajian teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Latar belakang merupakan adanya masalah atau ketidaksesuaian antara data dan teori. Rumusan masalah merupakan pertanyaan yang didukung oleh kenyataan konkrit yang disampaikan dalam latar belakang masalah. Tujuan penelitian merupakan korelasi dengan rumusan masalah. Manfaat penelitian merupakan turunan lebih lanjut dari tujuan penelitian. Telaah pustaka merupakan literatur/kajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan topik dan masalah penelitian. Sistematika pembahasan merupakan alur bahasan sehingga dapat diketahui logika penyusunan dan koherensi.

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisi penjelasan kajian penelitian terdahulu sejenis yang pernah dilakukan sebagai rujukan dalam penelitian ini.

Selain itu, bab ini juga berisi paparan teori yang digunakan untuk menganalisa permasalahan-permasalahan di lapangan. Terdiri dari kerangka teori yang dipakai sebagai argumen teoritis dalam penelitian.

BAB METODOLOGI PENELITIAN

III : Bab ini menggambarkan tentang metode yang digunakan untuk menganalisis serta digunakan untuk menjawab fokus. Pada metode penelitian ini terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan lokasi penelitian, informan penelitian, Teknik penentuan informan, Teknik pengumpulan data, keabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV : **HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN**

Bab ini merupakan bab yang akan memaparkan hasil penelitian serta pembahasan atas hasil penelitian tersebut yang akan menjawab fokus pertanyaan penelitian.

BAB PENUTUP

V : Bab ini merupakan bab yang paling akhir dari pembahasan tesis. Pada bab ini berisikan kesimpulan dari seluruh pembahasan dan saran. Kesimpulan ditulis berdasarkan analisis pada bab IV dimana hasilnya adalah jawaban dari rumusan masalah.