

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Terkait dengan praktik pokok permasalahan yang telah dirumuskan pada bab pendahuluan, serta berdasarkan uraian pada bab-bab selanjutnya maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran bisnis produk Al-Qolam yang diterapkan oleh *reseller* Al-Ahla Jombang yaitu dengan sistem arisan online. Dalam memperoleh barang yang diinginkan tidak bisa dalam sekejap mata, tetapi harus sabar berdasarkan penerimaan slot arisan yang sudah ditentukan sebelumnya. Tentunya antara pemilik dan anggota bisa berinteraksi sesuai dalam teori etika bisnis islam.
2. Tinjauan *qard* terhadap praktik pembayaran arisan *online* produk Al-Qolam di *reseller* Al-Ahla Jombang, dalam praktiknya ada yang sudah sesuai dengan ketentuan Hukum Islam seperti halnya Hasanah, Suliha, Winda dan ada yang belum sesuai dengan ketentuan Hukum Islam seperti halnya Siti Fatimah, Yeni, Erna. Dikatakan sudah sesuai dengan Hukum Islam karena anggota arisan membayar dengan rutin dan ini sesuai dengan pendapat mayoritas ulama *fiqh* yang mengatakan bahwa hutang itu tidak boleh ditangguhkan, sehingga arisan harus dibayar rutin. Begitupun menurut Wikipedia bahwa arisan merupakan kelompok orang yang mengumpul uang secara teratur/rutin pada tiap-tiap periode tertentu. Sedangkan praktik pembayaran arisan dikatakan belum sesuai karena masih ada yang telat dan meminta penundaan dalam pembayaran arisan. Hal tersebut tidak sesuai dengan pendapat mayoritas ulama *fiqh* yang

mengatakan bahwa hutang tidak boleh ditangguhkan. Akan tetapi lain halnya dengan Imam Maliki yang berpendapat bahwa hutang boleh ditangguhkan sampai batas waktu tertentu, asalkan sesuai dengan waktu yang disepakati. Maka Jika ada anggota arisan yang telat membayar dan minta waktu perpanjangan atau penundaan, hal itu diperbolehkan dan admin tidak boleh menagih sampai batas waktu perpanjangan tiba.

3. Resiko dalam pelaksanaan arisan online tentu mengalami kerugian pada beberapa pihak sebab tinjauan *qard* terhadap praktik penggantian barang arisan *online* produk Al-Qolam di *reseller* Al-Ahla Jombang, dalam praktiknya ada yang sudah sesuai dengan Hukum Islam seperti yang dilakukan Hasanah, Suliha, Winda dan ada yang belum sesuai dengan Hukum Islam seperti halnya yang dilakukan oleh anggota dari kelompok arisan Siti Fatimah, Yeni, Erna. Dikatakan sudah sesuai karena dalam praktiknya anggota yang minta ganti barang mau membayar sisa uang kekurangannya dan ini sesuai dengan pendapat seluruh ulama yang mewajibkan mengembalikan harta semisal. Penggantian barang yang dikatakan belum sesuai karena anggota tidak mau membayar sisa kekurangannya dan hal ini tidak sesuai dengan pendapat seluruh ulama yang mewajibkan pengembalian hutang. Dengan demikian jika masih terdapat kekurangan seperti itu selalu yang menanggungnya adalah pemilik *reseller* Al-Ahla Jombang dan harus lebih ditegasi serta kembali pada ketentuan

B. Saran

Adapun saran-saran yang didapat penulis masukkan dalam bab ini adalah :

1. Setelah melakukan penelitian arisan *online* di *reseller* Al-Ahla Jombang, penulis merekomendasikan masyarakat dan khususnya para anggota yang melaksanakan arisan secara *online* agar dapat melakukan kegiatan sesuai dasar-dasar hukum Islam yang telah diatur dalam Al-Quran, As-Sunnah, Ijma serta ketetapan para ulama.
2. Untuk pemilik *reseller* Al-Ahla alangkah baiknya lebih memperketat manajemen pengelolaan agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan seperti penggantian barang tidak diperbolehkan karena untuk menghindari hal-hal yang dapat merugikan orang lain. Seharusnya di awal kesepakatan anggota sudah harus *deal* mengenai barang yang diinginkan, tidak boleh ganti-ganti dan harus memperhatikan ketentuan dalam Hukum Islam.
3. Alangkah baiknya untuk admin harus menyeleksi dengan benar dan ketat untuk para calon anggota arisan, serta membatasi jangkauan domisili. Hal itu untuk meminimalisir terjadinya tindak kejahatan penipuan.
4. Hendaknya pemilik *reseller* memahami strategi pemasaran yakni bagaimana konsep arisan yang sesuai ketentuan Islam dan kemudian memberikan penjelasan terkait hal tersebut kepada para anggota arisan. Hal itu dikarenakan secara umum para anggota arisan ada yang belum memahami konsep arisan dalam Islam yang sesuai prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku:

- Al-Juzairi, Syaikh Abdurrahman. *Fikih Empat Madzhab*. t.tp.: Pustaka Al-Kautsar. t.th.
- Alma, Buchari. *Kewirausahawan*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Al-Alwani, Taha Jabir. *Bisnis Islam*. Yogyakarta : AK GROUP, 2005.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2013.
- Arriza, Muhammad Rifqi. "Teori dan Praktik Akad Qard (Hutang-Piutang) Dalam Syariat Islam". *Ijtihad*, 2. 2015.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- At-Thayyar, Abdullah Bin Muhammad Dkk. *Ensiklopedi Fiqh Muamalah Dalam Pandangan 4 Madzab, Terj. Miftakhul Khairi*. Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif. 2014.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung : Alfabeta, 2013.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*. Jakarta: Gema Insani. 2011.
- Basyir, Ahmad Azhar. *Asas-asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)* . Yogyakarta: UII Press. 2000.
- Basrowi & Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. 2008.
- David. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- Darmamaesta, Basu Swasta. *Manajemen pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPPFE, 2000.
- Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Al-Mujamma'. 1971
- E. Rismiati, Catur. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius, 2006.
- Et al, Jumailah. *Bisnis Berbisnis Syariah*. Jakarta: Bina Aksara, 2008.
- Ghony, Djunaidi & Fauzan Almanshur. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. 2012.
- Halifah, Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Pada Butik Moshaiet Surabaya, *Jurnal Kajian Bisnis*.

- I. Dafit, Richard. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Irawan, dan Basu Swasta. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberti, 1997.
- Kebudayaan RI, dan Tim Penyusun Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1997.
- Kotler, dkk, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 1997.
- Lukman, dan Muhammad Fauroni. *Visi Al Quran tentang Etika Bisnis*. Jakarta : salmeba Diniyah, 2002.
- Manna Abdul Djaliel dan Rafi'udin, *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia, 1997.
- Moh, Zainal Abidin. *Pengurusan Pemasaran*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa, 1992.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2009.
- Natadiwiry, Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta : Granada Press, 2007.
- Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah Klasik Dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2017.
- P. Angipura, Marius. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Raco, J.R. *Metode Penelitian Kualitatif* . Jakarta: Grasindo. 2010.
- Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: ALFABETA. 2011.
- Riyadi, Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir. *Prinsip dasar ekonomi perspektif maqashid Al- Syariah*. Jakarta: kencana, 2014.
- Rozikin, Rohma. *Hukum Arisan Dalam Islam*. Malang: Universitas Brawijaya Press. 2018.
- Sabiq, Sayyid. *Fikih Sunnah, terj. Muhammad Nasiruddin Al-Albani*. t.tp.: Insan Kamil. t.th.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2006.
- Shokib, Muhamad. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Pustaka al-Fatih. 2009.

- Siagian, Sondang. *Analisis serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*. Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986.
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta: ekonisia. 2003.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R dan D*. Bandung: ALVABETA. 2015.
- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama. 2014.
- Sula, Muhammad Syakir. *Asuransi Syariah dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani, 2004.
- Suwarman, Ujang. *perilaku Kosumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bojokerto, Ciawi-Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004.
- Tjiptono Fandy, *strategi pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Widjaja, H.A.W. *Komunikasi Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksara 2010.

Referensi Jurnal dan Artikel Ilmiah:

- Abd. Jalil, Nurhasanah; Ahmad Luthfi. “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.
- Khozin, Muhammad Nur. “Analisis Faktor-Faktor Pembentuk *Customer Perceived Value* Pada *Siete Cafe* Kota Bandung,” *Tesis*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020.
- Latip Purnama, Syaeful Bakhri; Leliya. “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.
- Nurhidayatulloh. “Strategi Pemasaran Bisnis Ritel Modern Dalam Perspektif Ekonomi Syariah,” *Tesis*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018.
- Syarifah Gustiawati, Zulfa Nabillatu Rozhania, Kholil Nawaw. “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.

Referensi Internet:

Al-Qolam, “Profil” dikutip dari <http://alqolam.com/profile/>, [diunduh tanggal 20 Juni 2022]

Al-Qolam, “Tentang Kami” dikutip dari <https://alqolam.com/tentang-kami/>, [diunduh tanggal 20 Juni 2022]

Al-Qolam, “Produk” dikutip dari <https://alqolam.com/products/>, [diunduh tanggal 20 Juni 2022]

Al-Qolam, “Program *Reseller* Al-Qolam Periode 2017” dikutip dari <https://alqolam.com/program-reseller-al-Qolam-periode-2017/>, [diunduh tanggal 9 Februari 2022]

MD, Ahmad Ali, ”Hukum Arisan Qurban dan Akikah” diikutip dari <http://aalimd.blogspot.com/2010/12/hukum-arisan-qurban-dan-akikah>, html, [diunduh tanggal 8 Mei 2022]

Hasil Wawancara:

Erna, *Hasil Wawancara*, Jombang , 9 Juni 2022.

Hasanah, *Hasil Wawancara*, Jombang, 18 Juni 2022.

Ita Fitria, *Hasil Wawancara*, Jombang 8 Juni.2022.

Siti Fatimah, *Hasil Wawancara*, Jombang, 22 Juni 2022.

Suliha, *Hasil Wawancara*, Jombang , 21 Juni 2022.

Winda, *Hasil Wawancara*, Jombang , 21 Juni 2022.

Yeni, *Hasil Wawancara*, Jombang , 9 Juni 2022.