JUMABI : Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Bisnis

e-ISSN: 2985-3834 (Online - Elektronik)
Volume.3 | Nomor.1 | Januari | 2025 | PP: 20-33
DOI: https://doi.org/10.56314/jumabi.v3i1.283

Strategi Pemasaran Barang dan Jasa Dalam Islam (Perspektif Al-Qur'an)

Andi Amri Mansur*[1], Ahmad Mujahid[2], Muhsin Mahfudz[3]
[1,2,3]Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Corresponding author*
E-mail: andi.amarif@gmail.com

Article history
Received : 2025-01-22
Revised : 2025-01-28
Accepted : 2025-01-28

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Abstrak

Strategi Pemasaran Islam merupakan sebuah disiplin bisnis yang seluruh prosesnya tidak boleh ada yang bertentangan dengan akad dan prinsip prinsip muamalah yang islami. Baik itu dari proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai. Pemasaran Islam merupakan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan prinsip dan nilai syariah. Jadi, dapat di simpulkan bahwa pemasaran syariah di jalankan diatas konsep keislaman yang di contohkan oleh Rasulullah SAW. Sehingga nilai inti dari pemasaran syariah adalah integritas, dan transparansi, sehingga pelaku pemasaran tidak boleh berbohong dalam artian apa yang perusahaan tersebut tawarkan tidak sesuai dengan apa yang diberikan dengan kata lain hanya sekedar iming iming saja. Sedangkan berbicara mengenai bauran pemasaran syariah sebenarnya sama saja dengan bauran pemasaran konvensional, perbedaannya hanya terletak pada impelemntasinya saja. Karena pada setiap unsur variabel dalam bauran pemasaran syariah di dasarkan pada perspektif Islam. Pemasaran syariah sendiri merupakan pemasaran yang menjunjung nilai nilai keadilan, kejujuran, serta berpegang teguh kepada Al-Quran dan AsSunnah. Sehingga seluruh proses transaksinya terjaga dan terpelihari dari hal hal yang dilarang oleh ketentuan syariah. Karena di dalam kacamata islam, keuntungan bukanlah menjadi fokus utama, melainkan yang menjadi fokus utama adalah keberkahan yang di dapatkan. Ada 4 karakteristik pemasaran syariah, adapun uraiannya sebagai berikut: (1). Ketuhanan (Rabbaniyah), (2). Etis (Akhlaqiyyah), (3). Realistis (Al-waqi'iyyah), (4). Humanistis (insaniyyah).

Kata kunci: *Strategi, Pemasaran Barang dan Jasa, Pemasaran Islami*

PENDAHULUAN

Di era modern sekarang ini, semakin banyak perusahaan yang mengalami perkembangan dan kemajuan usaha yang sangat pesat. Pemasar harus mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien agar dapat bersaing dalam dunia bisnis. Untuk menyesuaikan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan kegiatan pemasaran membutuhkan sebuah konsep dan strategi pemasaran yang mendasar. Selain itu, untuk mengatasi persaingan terutama pada perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, tiap perusahaan harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi melalui ide kreatif dan inovatif.

Secara umum, pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai (barang atau jasa) dengan individu dan kelompok lainnya. Secara definitif dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Sampai kapanpun kegiatan pemasaran tidak terlepas dari unsur persaingan. Tidak ada satupun bisnis yang bisa santai menikmati hasil penjualan dan keuntungan, karena banyak pesaing yang ingin turut menikmatinya. Persaingan yang sangat kejam pun telah marak terjadi bahkan mengabaikan rambu-rambu etika agama. Oleh karena itu, masalah persaingan mendapatkan perhatian dalam pemasaran dan strategi pemasaran juga harus mempertimbangkan banyak hal dan tidak hanya membidik kebutuhan pelanggan tetapi juga strategi para pesaing dan tetap berada pada etika agama khususnya ajaran Agama Islam.

Dalam Islam, strategi pemasaran tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan materi saja, tetapi juga harus sesuai dengan nilai-nilai syariat. Islam melarang segala bentuk praktik pemasaran yang mengandung unsur ketidakadilan, penipuan, eksploitasi, dan kerusakan moral. Hal ini banyak terjadi di tengah masyarakat, misalnya beberapa contoh strategi pemasaran yang bertentangan dengan ajaran Islam dan terjadi di tengah masyarakat :

1. Penipuan dan Manipulasi Informasi

Yaitu menyampaikan informasi yang tidak jujur atau menyesatkan tentang produk atau jasa. Misalnya; Menyembunyikan cacat produk atau memberikan klaim palsu mengenai kualitas barang atau iklan yang melebih-lebihkan fungsi atau manfaat produk tanpa bukti yang valid.

2. Ketidakadilan dalam Penetapan Harga (Ihtikar dan Gharar)

Yaitu penetapan harga yang tidak adil, termasuk menaikkan harga secara berlebihan (ihtikar) atau menerapkan harga berdasarkan informasi yang tidak transparan (gharar). Misalnya ; Menimbun barang untuk menciptakan kelangkaan sehingga harga naik atau menjual produk atau jasa tanpa penjelasan yang jelas mengenai risiko atau biaya tambahan.

3. Eksploitasi dan Pelecehan dalam Promosi

Yaitu menggunakan strategi pemasaran yang mengeksploitasi tubuh, gender, atau aspek lainnya yang bertentangan dengan moralitas Islam. Misalnya ; Menggunakan model dengan pakaian tidak sopan dalam iklan atau Menjual produk dengan memanfaatkan sensualitas yang tidak relevan dengan barang atau jasa tersebut.

4. Mendorong Konsumerisme Berlebihan

Yaitu menggunakan strategi pemasaran yang bertujuan mendorong masyarakat untuk membeli secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan. Misalnya ; Program diskon besar-besaran yang mendorong pembelian impulsive dan Iklan yang menciptakan kesan bahwa kebahagiaan hanya dapat diraih melalui konsumsi barang mewah.

5. Perjudian dalam Promosi (Maisir)

Yaitu menggunakan metode promosi yang berbasis untung-untungan atau taruhan. Misalnya ; Mengadakan undian berhadiah yang mensyaratkan pembelian produk tanpa kejelasan keuntungan bagi semua peserta atau Promosi dengan skema piramida atau multilevel marketing yang tidak transparan.

6. Produk atau Jasa yang Haram

Yaitu menjual produk atau jasa yang diharamkan dalam Islam atau mempromosikan hal-hal yang mendukung kemaksiatan. Misalnya ; Pemasaran minuman beralkohol, makanan tidak halal, atau jasa yang mengarah pada maksiat atau iklan yang mendukung praktik riba, seperti promosi pinjaman dengan bunga tinggi.

Tinjauan Pustaka

Strategi Pemasaran Barang dan Jasa dalam Islam (Perspektif Al-Qur'an)
Pemasaran barang dan jasa dalam konteks Islam memiliki karakteristik yang unik, berlandaskan pada prinsip-prinsip etika dan moral yang terkandung dalam Al-Qur'an. Strategi pemasaran ini tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga mempertimbangkan keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Dalam Al-Qur'an, terdapat banyak ayat yang mengatur perilaku bisnis, seperti larangan terhadap penipuan dan eksploitasi. Misalnya, Surah Al-Mutaffifin (83:1-3) mengingatkan umat Islam untuk tidak mengurangi takaran dan timbangan, yang menunjukkan pentingnya kejujuran dalam transaksi.

Dalam pelaksanaannya, strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip Islam harus mencakup beberapa elemen kunci. Pertama, niat yang baik (niyyah) dalam berbisnis sangat penting. Niat yang tulus untuk memberikan manfaat kepada masyarakat dan memenuhi kebutuhan mereka akan menciptakan hubungan yang lebih baik antara produsen dan konsumen. Kedua, pemasaran harus dilakukan dengan cara yang adil dan etis. Misalnya, penggunaan iklan yang tidak menyesatkan dan promosi yang tidak berlebihan merupakan bentuk pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Selanjutnya, strategi pemasaran juga harus mengedepankan nilai tambah bagi konsumen. Al-Qur'an mendorong umatnya untuk berinovasi dan menciptakan produk yang berkualitas. Dalam Surah Al-Anfal (8:28), Allah mengingatkan bahwa

harta dan anak-anak adalah ujian, yang berarti bahwa bisnis harus dijalankan dengan kesadaran akan tanggung jawab di dunia dan akhirat. Oleh karena itu, produk yang ditawarkan harus bermanfaat dan tidak merugikan konsumen.

Referensi dari literatur yang ada menunjukkan bahwa pemasaran dalam Islam tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada keberlanjutan sosial dan lingkungan. Penelitian oleh Muhammad (2019) menyatakan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip Islam cenderung mendapatkan kepercayaan lebih dari konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan pandangan Al-Qur'an yang menekankan pentingnya hubungan baik antar sesama manusia (Surah Al-Hujurat, 49:10).

Terakhir, penting untuk mencatat bahwa strategi pemasaran barang dan jasa dalam Islam juga harus memperhatikan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan. Dalam Surah Al-A'raf (7:31), Allah mengingatkan untuk tidak berlebihan dalam mengonsumsi, yang mencerminkan pentingnya kesadaran lingkungan dalam praktik bisnis. Dengan demikian, strategi pemasaran yang efektif dalam konteks Islam harus memadukan nilai-nilai spiritual dengan praktik bisnis yang berkelanjutan, menciptakan sinergi antara keuntungan ekonomi dan kesejahteraan sosial.

METODE

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan analisis teks. Pertama, peneliti akan mengumpulkan berbagai referensi dari Al-Qur'an serta literatur terkait yang membahas tentang pemasaran dalam konteks Islam. Analisis konten akan dilakukan untuk mengidentifikasi prinsip-prinsip etika dan moral yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Qur'an yang relevan, serta bagaimana prinsip-prinsip tersebut dapat diterapkan dalam strategi pemasaran barang dan jasa. Selain itu, wawancara semi-terstruktur dengan praktisi pemasaran dan ahli ekonomi Islam akan dilakukan untuk mendapatkan wawasan tentang penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai Islam di dunia nyata. Data yang diperoleh dari wawancara ini akan dianalisis secara tematik untuk menemukan pola dan perspektif yang konsisten. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai integrasi prinsip-prinsip Islam dalam strategi pemasaran yang etis dan berkelanjutan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi merupakan istilah yang sering diidentikkan dengan "taktik" yang secara bahasa dapat diartikan sebagai "concerning the movement of organisms in respons to external stimulus" (suatu yang terkait dengan gerakan organisme dalam menjawab stimulus dari luar). Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.

Strategi adalah suatu alat yang menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengaplikasikan sumberdaya dan organisasi. Strategi sebagai rencana permainan untuk mencapai sasaran usaha dengan menggunakan pemikiran yang strategis.

Pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial yang dengannya individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk-produk dan nilai satu sama lain. Secara garis besar dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaraan bukan hanya merupakan kegiatan menjual saja, melainkan suatu proses atau rangkaian kegiatan yang terus menerus dan terpadu, yaitu mulai dari kegiatan untuk mengidentifikasi produk atau jasa apa yang dibutuhkan dan di inginkan konsumen, menentukan cara promosi yang efektif sampai dengan kegiatan menyalurkan barang dan jasa tersebut kepada konsumen.

Menurut Philip Kotler strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran. Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Tingkatan yang menggambarkan elemen penting pemasaran benda atau jasa, seperti keunggulan produk, penetapan harga, pengemasan produk, periklanan, dan distribusi, dalam usaha memasarkan sebuah produk atau jasa merupakan gambaran jelas mengenai bauran pemasaran. Pada tingkatan tersebut terdapat perincian mengenai product, price, place, dan promotion , atau yang lebih sering dikenal sebagai the 4p in marketing mix atau bauran pemasaran.
Pemasaran adalah kegiatan utama dari sebuah perusahaan dalam memperkenalkan dan mengkomunikasikan produk dan jasanya kepada konsumen guna mencapai suatu tujuan. Philip Kotler dan Gary Amstrong mendefinisikan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.

Pemasaran Dalam Islam

Islamic Marketing atau pemasaran Islam merupakan sebuah disiplin bisnis yang seluruh prosesnya tidak ada yang bertentangan dengan akad dan prinsip prinsip muamalah yang islami. Baik itu dari proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai. Pemasaran Islam merupakan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan prinsip dan nilai syariah. Jadi, dapat di simpulkan bahwa pemasaran syariah di jalankan diatas konsep keislaman yang di contohkan oleh Rasulullah SAW. Sehingga nilai inti dari pemasaran syariah adalah integritas, dan transparansi, sehingga pelaku pemasaran tidak boleh berbohong dalam artian apa yang perusahaan tersebut tawarkan tidak sesuai dengan apa yang diberikan dengan kata lain hanya sekedar iming iming saja.

Sedangkan berbicara mengenai bauran pemasaran syariah sebenarnya sama saja dengan bauran pemasaran konvensional, perbedaannya hanya terletak pada impelemntasinya saja. Karena pada setiap unsur variabel dalam bauran pemasaran syariah di dasarkan pada perspektif Islam. Pemasaran syariah sendiri merupakan pemasaran yang menjunjung nilai nilai keadilan, kejujuran, serta berpegang teguh kepada Al-Quran dan AsSunnah. Sehingga seluruh proses transaksinya terjaga dan terpelihari dari hal hal yang dilarang oleh ketentuan syariah. Karena di dalam kacamata islam, keuntungan bukanlah menjadi fokus utama, melainkan yang menjadi fokus utama adalah keberkahan yang di dapatkan. Menurut Kertajaya dan Sula ada 4 karakteristik pemasaran syariah, adapun uraiannya sebagai berikut: (1). Ketuhanan (Rabbaniyah), (2). Etis (Akhlaqiyyah), (3). Realistis (Al-waqi'iyyah), (4). Humanistis (insaniyyah).

Keistimewaan pemasaran syariah yang lainnya yaitu bersifat humanistis universal. Maksud dari humanistis disini adalah bahwa syariah di ciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan tetap terpelihara sesuai dengan nilai nilai syariah. Menurut Hermawan Kertajaya syariah islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa mempedulikan warna kulit, ras, status, maupun kebangsaan, sehingga pemasaran syariah bersifat universal.

AYAT-AYAT AL-QUR'AN YANG RELEVAN

1. Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 42 :
   وَلَا تَلْبِسُواْ ٱلْحَقَّ بِٱلْبَٰطِلِ وَتَكْتُمُواْ ٱلْحَقَّ وَأَنتُمْ تَعْلَمُ
   Terjemahnya: Dan janganlah kamu campur adukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui.

2. Al-Qur'an Surat Asy-Syu'ara ayat 181 :
   أَوْفُواْ ٱلْكَيْلَ وَلَا تَكُونُواْ مِنَ ٱلْمُخْسِرِينَ
   Terjemahnya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan.

3. Al-Qur'an Surat An-Nur ayat 31 :
   وَقُل لِّلْمُؤْمِنَٰتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَٰرِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا
   Terjemahnya: Katakanlah kepada wanita yang beriman: Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya.

4. Al-Qur'an Surat Al Isra ayat 26-27 :
   وَءَاتِ ذَا ٱلْقُرْبَىٰ حَقَّهُۥ وَٱلْمِسْكِينَ وَٱبْنَ ٱلسَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

   إِنَّ ٱلْمُبَذِّرِينَ كَانُوٓاْ إِخْوَٰنَ ٱلشَّيَٰطِينِ ۖ وَكَانَ ٱلشَّيْطَٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Terjemahnya: Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaithon dan syaithon itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

5. Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 219 :
يَسْـَٔلُونَكَ عَنِ ٱلْخَمْرِ وَٱلْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَآ إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَٰفِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَآ أَكْبَرُ مِن نَّفْعِهِمَا ۗ

Terjemahnya: Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya".

6. Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 2 :
وَتَعَاوَنُوا۟ عَلَى ٱلْبِرِّ وَٱلتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا۟ عَلَى ٱلْإِثْمِ وَٱلْعُدْوَٰنِ ۚ

Terjemahnya: Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.

ANALISIS AYAT

1. Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 42 :

Asbabun Nuzul Ayat (Sebab turunnya Ayat) :

Asbabun nuzul diturunkannya surat Al Baqarah ayat 42 karena perbuatan tercela kaum Bani Israil. Mereka menyembunyikan kebenaran Kitab Taurat tentang pemberitahuan kedatangan Nabi Muhammad SAW sebagai penutup dari semua rasul Allah.

Tafsir Ibnu Katsir:

Allah Swt berfirman melarang orang-orang Yahudi melakukan hal yang biasa mereka kerjakan di masa lalu, misalnya mencampuradukkan antara perkara yang hak dengan perkara yang batil, memulas perkara yang batil dengan perkara yang hak, menyembunyikan perkara yang hak dan menampakkan perkara yang batil.

Allah Swt. melarang mereka dari kedua perkara tersebut secara bersamaan, dan memerintahkan mereka agar menampakkan perkara yang hak dan menjelaskannya. Karena itu, Ad-Dahhak meriwayatkan dari Ibnu Abbas sehubungan dengan makna firman-Nya, "Janganlah kalian campur adukkan yang hak dengan yang batil" (Al-Baqarah: 42), yakni janganlah kalian memalsukan yang hak dengan yang batil, yang benar dengan kedustaan.

Tafsir as-Sa'di / Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di :

"Dan janganlah kamu campur adukkan, "yakni mencampurkan" yang haq dengan yang batil dan janganlah kamu sembunyikan yang haq itu. Disini Allah melarang mereka dari dua hal: pertama, mencampur antara yang haq dengan yang batil. Kedua, menyembunyikan yang haq, karena yang di inginkan dari ahli kitab dan ahli ilmu adalah membedakan antara yang haq dari yang batil dan menampakkan yang haq itu, agar orang-orang yang ingin mendapatkan petunjuk darinya dapat mengambil petunjuk darinya, orang-orang yang sesat dapat kembali

sadar, dan tegaknya dalil atas orang-orang yang mengingkarinya, karena Allah telah menjelaskan ayat-ayatNya dan menerangkan keterangan-keteranganNya untuk membedakan yang haq dari yang batil dan agar jelas jalan orang-orang yang mengambil petunjuk dari jalan orang-orang yang mengingkari.

Makna Ayat Terkait Dengan Strategi Pemasaran adalah :

Bahwa kita harus menyampaikan informasi yang benar dan jujur serta tidak menyesatkan tentang produk atau jasa yang dipasarkan dan tidak boleh mencampur barang yang baik dengan yang buruk untuk mengelabui komsumen. Misalnya; tidak menyembunyikan cacat produk dan tidak memberikan klaim palsu mengenai kualitas barang atau jasa yang kita tawarkan. Juga dalam beriklan tidak melebih-lebihkan fungsi atau manfaat produk tanpa bukti yang valid.

2. Al-Qur'an Surah Asy-Syu'ara ayat 181 :

Asbabun Nuzul (Sebab Turunnya Ayat) :

Ayat ini turun berkenaan dengan perilaku kaum Nabi Syuaib. Mereka dikenal sering berlaku curang dalam timbangan dan takaran dalam perdagangan. Nabi Syuaib diutus untuk memperingatkan mereka agar berlaku jujur, adil, dan tidak menipu. Namun, banyak dari mereka yang menolak ajaran tersebut, bahkan mencemooh dan mengancam Nabi Syuaib.

Ayat ini menegaskan pesan untuk berlaku jujur dan tidak merugikan orang lain dalam perdagangan, baik dalam timbangan maupun dalam aspek lainnya. Pesan ini merupakan prinsip universal dalam Islam untuk menjaga keadilan dan kebaikan dalam bermuamalah.

Tafsir Ibnu Katsir:

Nabi Syu'aib memerintahkan mereka untuk menyempurnakan takaran dan timbangan serta melarang mereka berbuat curang dalam masalah tersebut. Dia berkata: *auful kaila wa laa takuunuu minal mukhsiriin ("Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan.")* yakni jika kalian menyerahkan sesuatu kepada manusia, maka sempurnakanlah timbangannya dan janganlah kalian mengurangi timbangannya dengan memberikannya secara kurang. Akan tetapi ambillah oleh kalian sebagaimana kalian memberi dan berikanlah oleh kalian sebagaimana kalian mengambil.

Wa zinuu bil qisthaasil mustaqiim ("Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.") al-qithas adalah timbangan.

Tafsir as-Sa'di / Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di,

Beserta kesyirikan yang mereka lakukan, mereka juga mencurangi takaran dan timbangan. Oleh karena itu, syu'aib berkata kepada mereka,"tunaikanlah takaran," maksudnya, sempurnakan dan lengkapilah ia, "dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan," yaitu orang-orang yang mengurangi harta orang lain dan merampasnya dengan mencurangi takaran dan timbangan. "dan timbanglah dengan timbangan yang lurus," maksudnya, dengan timbangan yang adil, tidak miring. "dan bertakwalah kepada Allah yang telah menciptakan kamu dan umat-umat yang dahulu," maksudnya, manusia-manusia terdahulu.

Makna Ayat Terkait Dengan Strategi Pemasaran adalah :

Bahwa dalam menentukan harga barang atau jasa harus dengan adil yaitu sesuai dengan takarannya, dan jangan menaikkan harga secara berlebihan (ihtikar) atau tidak boleh menerapkan harga berdasarkan informasi yang tidak transparan (gharar). Misalnya ; tidak boleh menimbun barang untuk menciptakan kelangkaan sehingga harga dinaikkan atau menjual barang dan jasa tanpa penjelasan yang jelas mengenai risiko atau biaya tambahan. Termasuk dalam hal ini tidak boleh mengurangi takaran atau terlalu melebihkan.

3. Al-Qur'an Surat An-Nur ayat 31 :

Asbabun Nuzul (Sebab Turunnya Ayat) :

Menurut para ulama tafsir, ayat ini turun sebagai penegasan perintah mengenai batasan aurat dan adab dalam berinteraksi, terutama terkait dengan menjaga pandangan dan menutup aurat.

Konteks turunnya ayat:

Beberapa riwayat menyebutkan bahwa sebelum turunnya ayat ini, para wanita di zaman Jahiliyah terbiasa mengenakan pakaian tanpa penutup dada yang memadai, sehingga sebagian tubuhnya masih tampak terbuka. Ketika Islam datang, ayat ini turun untuk memberikan pedoman khusus tentang menutup aurat bagi wanita Muslim, termasuk penggunaan kerudung (khimar) yang menutupi hingga bagian dada.

Riwayat lain menyebutkan bahwa ayat ini turun untuk membimbing wanita Muslim agar lebih menjaga adab dan perilaku mereka di tengah masyarakat, termasuk cara berpakaian dan interaksi dengan lawan jenis.

Tafsir Ibnu Katsir:

Ini adalah perintah dari Allah SWT kepada para wanita mukmin sebagai pembelaan Allah untuk suami-suami mereka yang dari kalangan hamba-hambaNya yang beriman, serta untuk membedakan para wanita yang beriman dari ciri wanita Jahiliyah dan perbuatan wanita-wanita musyrik

Ulama lainnya berpendapat bahwa para wanita diperbolehkan memandang lelaki lain tanpa syahwat. Sebagaimana yang disebutkan dalam hadits shahih, bahwa Rasulullah SAW menyaksikan orang-orang Habasyah sedang memainkan tombak mereka di hari raya di dalam masjid, dan Aisyah menyaksikan pertunjukan mereka dari belakang Nabi SAW, dan Nabi SAW menutupinya dari pandangan mereka hingga Aisyah bosan, lalu pulang

Firman Allah SWT: (dan memelihara kemaluannya) Sa'id bin Jubair berkata bahwa maksudnya adalah memelihara dari perbuatan keji.

Tafsir as-Sa'di / Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di,

Setelah memerintahkan kaum Mukminin untuk menundukkan pandangan dan menjaga kemaluan mereka, Allah pun memerintahkan pada para wanita Mukminah dengannya. Allah berfirman, "katakanlah kepada wanita yang beriman,' hendaklah mereka menahan pandangannya,'" dari melihat aurat-aurat dan lelaki dengan penuh syahwat dan pandangan lain yang terlarang. "dan menjaga kemaluannya," dari (kesempatan) untuk dapat menyetubuhinya, menyentuh dan melihat yang diharamkan kepadanya. "dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya," seperti pakaian yang indah, perhiasan-perhiasan

dan seluruh tubuhnya termasuk dalam pengertian perhiasan (zinah). Manakala baju luar harus mereka kenakan, maka Allah berfirman, "kecuali yang biasa (Nampak) darinya," baju luar yang biasa dipakai, selama tidak memicu munculnya fitnah. "dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung ke dadanya," demikian ini agar lebih sempurna dalam menutupi.

Ini menunjukkan bahwa perhiasan yang haram untuk ditampakkan adalah mencakup seluruh tubuh wanita sebagaimana yang telah kami katakan sebelumnya.

Makna Ayat Terkait Dengan Strategi Pemasaran adalah :

Bahwa tidak boleh menggunakan strategi pemasaran yang mengeksploitasi tubuh, gender, atau aspek lainnya yang bertentangan dengan moralitas Islam. Misalnya ; Menggunakan model perempuan atau laki-laki dengan pakaian tidak sopan dalam iklan atau menjual produk dengan memanfaatkan sensualitas yang tidak relevan dengan barang atau jasa tersebut.

4. Al-Qur'an Surat Al Isra ayat 26-27 :

Asbabun Nuzul (Sebab Turunnya Ayat):

Menurut para ulama tafsir, asbabun nuzul ayat ini terkait dengan dua peristiwa utama:

Ayat 26:

Ayat ini turun untuk menegaskan perintah agar kaum Muslimin memberikan hak-hak kepada kerabat, orang miskin, dan musafir. Dalam beberapa riwayat disebutkan bahwa orang-orang Arab Jahiliyah sering mengabaikan hak-hak ini, terutama terhadap keluarga dekat yang membutuhkan. Ayat ini turun untuk memperbaiki kebiasaan tersebut dan menjadikan pemberian kepada yang membutuhkan sebagai kewajiban moral dan agama.

Ayat 27:

Ayat ini turun untuk memperingatkan tentang pemborosan. Dalam beberapa riwayat, ayat ini berhubungan dengan perilaku orang-orang yang menghabiskan harta secara berlebihan, baik untuk hal-hal yang tidak berguna maupun untuk tindakan yang melanggar syariat. Allah mengingatkan bahwa pemborosan adalah sifat yang menyerupai setan, karena setan selalu mendorong manusia kepada keburukan dan kesia-siaan.

Tafsir Ibnu Katsir:

Setelah perintah untuk memberi nafkah, Allah melarang bersikap berlebih-lebihan dalam memberi nafkah (membelanjakan harta), tetapi yang dianjur-kan ialah pertengahan. Kemudian Allah Swt. berfirman untuk menanamkan rasa antipati terhadap sikap pemborosan dan berlebih-lebihan: Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan. (Al-Isra: 27) Yakni tindakan mereka serupa dengan sepak terjang setan, ibnu Mas'ud mengatakan bahwa istilah tab'zir berarti membelanjakan harta bukan pada jalan yang benar. Hal yang sama dikatakan oleh ibnu Abbas. Mujahid mengatakan, "Seandainya seseorang membelanjakan semua hartanya dalam kebenaran, dia bukanlah termasuk orang yang boros. Dan seandai-nya seseorang membelanjakan satu mud bukan pada jalan yang benar, dia termasuk seorang pemboros." Qatadah mengatakan bahwa

tab'zir ialah membelanjakan harta di jalan maksiat kepada Allah Swt., pada jalan yang tidak benar, serta untuk kerusakan.

Tafsir al-Mukhtashar

Sesungguhnya orang-orang yang menggunakan harta mereka dalam kemaksiatan, dan orang-orang yang menghambur-hamburkannya secara boros adalah saudara-saudara setan, mereka mentaati segala apa yang diperintahkan para setan tersebut berupa sikap boros dan menghambur-hamburkan harta, padahal setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya, ia tidak beramal kecuali dengan amalan maksiat, dan tidak pula memerintahkan kecuali dengan perintah yang mengundang kemurkaan Tuhannya.

Makna Ayat Terkait Dengan Strategi Pemasaran adalah :

Bahwa kita tidak boleh menggunakan strategi pemasaran yang bertujuan mendorong masyarakat untuk membeli secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan sehingga bisa dikategorikan dengan pemborosan. Misalnya ; Program diskon besar-besaran yang mendorong pembelian impulsive dan Iklan yang menciptakan kesan bahwa kebahagiaan hanya dapat diraih melalui konsumsi barang mewah padahal sesungguhnya mereka tidak membutuhkannya.

5. Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 219 :

Asbabun Nuzul (Sebab Turunnya Ayat) :

Riwayat terkait turunnya ayat:

Ayat ini turun sebagai jawaban atas pertanyaan dari para sahabat Nabi Muhammad ﷺ tentang hukum khamar (minuman keras) dan maisir (judi), yang pada masa itu merupakan kebiasaan yang umum di kalangan orang Arab. Para sahabat ingin mengetahui apakah khamar dan maisir diharamkan atau tidak, karena mereka menyadari bahwa Islam datang untuk membawa tatanan moral yang lebih baik.

Menurut riwayat dari Ibnu Abbas dan lainnya:

Sahabat Umar bin Khattab, Mu'adz bin Jabal, dan beberapa sahabat lain bertanya kepada Rasulullah ﷺ tentang minuman keras dan judi, karena mereka melihat adanya dampak negatif dari keduanya, meskipun ada juga manfaat tertentu seperti keuntungan materi dari perdagangan khamar dan permainan judi.
Kemudian turunlah ayat ini, yang menyatakan bahwa meskipun ada manfaat dalam khamar dan maisir, dosa yang ditimbulkannya jauh lebih besar daripada manfaatnya.

Tafsir Ibnu Katsir:

Diriwayatkan dari Umar, ketika larangan tentang khamr diturunkan, dia berkata, "Ya Allah, berikanlah kepada kami penjelasan yang jelas." Maka diturunkanlah ayat dalam surah Al-Baqarah ini: (Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar)
Firman Allah: (Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia) Adapun dosa dari keduanya itu dalam urusan agama, sedangkan manfaatnya itu bersifat duniawi, yaitu manfaat bagi tubuh seperti membantu mencerna makanan, membuang sisa-sisa makanan,

merangsang pemikiran, serta kenikmatan dari mabuk, seperti yang dikatakan oleh Hasan bin Tsabit di masa jahiliyahnya:

Tafsir Ash-Shaghir / Fayiz bin Sayyaf As-Sariih, :

Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi} perjudian {Katakanlah, "Dalam keduanya terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia. dosa keduanya lebih besar daripada manfaatnya." Mereka bertanya kepadamu apa yang mereka infakkan. Katakanlah, "Kelebihannya"} katakanlah,"infakkanlah rejeki yang lebih dari yang dibutuhkan {Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayatNya kepada kalian agar kalian berpikir.

Makna Ayat Terkait Dengan Strategi Pemasaran adalah :

Bahwa tidak boleh menggunakan metode promosi yang berbasis untung-untungan atau taruhan. Misalnya ; Mengadakan undian berhadiah yang mensyaratkan pembelian produk tanpa kejelasan keuntungan bagi semua peserta atau Promosi dengan skema piramida atau multilevel marketing yang tidak transparan.

6. Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 2 :

Asbabun Nuzul Ayat (Sebab Turunnya Ayat) :

Menurut para ulama tafsir, seperti Ibnu Abbas dan Mujahid, ayat ini turun pada peristiwa tertentu yang terjadi setelah Perjanjian Hudaibiyah, ketika kaum Muslimin dilarang memasuki Makkah untuk menunaikan ibadah umrah.

Kaum Muslimin pada saat itu merasa marah terhadap perlakuan kaum Quraisy yang menghalangi mereka. Dalam situasi ini, Allah mengingatkan kaum Muslimin untuk tetap menghormati syiar-syiar Allah, termasuk bulan-bulan haram, hewan yang digunakan sebagai kurban (hadyu), dan orang-orang yang menuju Baitullah, meskipun mereka adalah kaum musyrik.

Allah juga mengingatkan kaum Muslimin agar tidak membiarkan kebencian terhadap suatu kaum (dalam hal ini kaum Quraisy) mendorong mereka untuk melanggar aturan Allah atau berlaku tidak adil. Sebaliknya, kaum Muslimin diperintahkan untuk saling bekerja sama dalam kebaikan dan takwa serta menghindari kerja sama dalam dosa dan pelanggaran.

Tafsir Ibnu Katsir:

Firman Allah: (Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran) Allah memerintahkan hamba-hambaNya yang mukmin untuk saling membantu dalam melakukan kebaikan dan kebajikan, dan meninggalkan perbuatan mungkar, itulah yang disebut dengan takwa. Allah juga melarang mereka untuk saling menolonga dalam kebathilan dan saling membantu dalam melakukan perbuatan dosa dan hal-hal yang diharamkan. Ibnu Jarir berkata,"Dosa itu adalah ketika meninggalkan apa yang diperintahkan Allah untuk dilakukan, sedangkan permusuhan adalah melampaui batas dari apa yang telah ditetapkan Allah dalam agama kalian, dan melampaui batas dari apa yang diwajibkan oleh Allah atas kalian baik untuk diri kalian sendiri maupun untuk orang lain"

Tafsir as-Sa'di / Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di,

"Dan tolong menolonglah kamu dalam menolong kebaikan dan takwa." Maksudnya, hendaknya sebgaian dari kamu membantu segaian yang lain dalam kebaikan. Kebajikan adalah nama yang mengumpulkan segalan perbuatan, baik lahir maupun batin, baik hak Allah maupun hak manusia yang di cintai dan diridhai oleh Allah. Dan takwa disini adalah nama yang mengumpulkan sikap meninggalkan segala perbuatan-perbuatan lahir dan batin yang di benci oleh Allah dan RasulNya. Setiap perbuatan baik yang di perintahkan untuk di kerjakan atau setiap perbiatan buruk yang diperintahkan untuk di jauhi, maka seorang hamba di perintahkan untuk melaksanakannya sendiri dan dengan bantuan dari orang lain dari kalangan saudara-saudaranya yang beriman, baik dengan ucapan atau perbuatan yang mamacu dan mendorong kepadanya.

"Dan janganlah kamu saling tolong menolong dalam perbuatan dosa," yaitu, saling mendorong melakukan kemaksiatan, di mana pelakunya memikul beban berat dosa. "Dan pelanggaran," yaitu pelanggaran terhadap manusia pada darah, harta, dan kehormatan mereka. Seorang hamba wajib menghentikan diri dari segala kemaksiatan dan kezhaliman lalu membantu orang lain untuk meninggalkannya.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dalam Islam, strategi pemasaran tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan materi saja, tetapi juga harus sesuai dengan nilai-nilai syariat. Islam melarang segala bentuk praktik pemasaran yang mengandung unsur ketidakadilan, penipuan, eksploitasi, dan kerusakan moral. Al-Qur'an memberikan pedoman moral yang relevan dengan dunia pemasaran, seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab. Prinsip-prinsip ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan tetapi juga menciptakan bisnis yang berkelanjutan.

Pemasar Muslim sebaiknya mengintegrasikan nilai-nilai Qur'ani dalam strategi pemasaran mereka untuk menciptakan bisnis yang beretika dan berkah. Dari Seluruh ayat Al-Qur'an diatas menjelaskan tentang larangan di dalam melakukan pemasaran barang dan jasa yang bertentangan dengan kejujuran, ketidakadilan, tidak transparan, eksploitasi tubuh manusia khususnya wanita dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya. (2002). Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia.

Al-Ghazali. (2002). Ihya Ulumuddin. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.

Antonio, M. S. (2001). Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager. Jakarta: ProLM Center.

Chapra, M. U. (2000). The Future of Economics: An Islamic Perspective. Leicester: The Islamic Foundation.

Hasan, Z. (2008). Islamic Marketing Principles and Practices. Kuala Lumpur: International Islamic University Malaysia.

Karim, A. A. (2004). Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer. Jakarta: Gema Insani Press.

Kamali, M. H. (2002). Islamic Commercial Law: An Analysis of Futures and Options. Cambridge: Islamic Texts Society.

Shihab, M. Q. (2002). Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat. Bandung: Mizan.

Ascarya. (2012). Akad dan Produk Bank Syariah. Jakarta: Rajawali Pers.

Ismail, A. H. (2007). Prinsip Ekonomi Islam dalam Bisnis Kontemporer. Yogyakarta: UII Press.

Philip Kotler, Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian (Jakarta: Erlangga, 2006),

Basu Swastha, Azas-azas Marketing (Yogyakarta: Liberty, 2005)

Kertajaya, & Sula. (2008). Syariah Marketing. Bandung: PT Mizan Pustaka.

Muhammad, A. (2019). Islamic Marketing: Principles and Practices. Journal of Islamic Business and Management.

Al-Qur'an.

Ahmad, M. (2020). Ethics in Islamic Marketing: A Guide for Professionals. International Journal of Islamic Marketing.