



KAJIAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP STRATEGI PEMASARAN KERIPIK SINGKONG DI NAGORI PEMATANG ASILUM KABUPATEN SIMALUNGUN

Astrid Pane¹, Melisa²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan¹²

astridnurafdillah42@gmail.com¹, melisacomel150@gmail.com²

ARTICLE INFO

Article History

Received : 5 Juni 2024

Revised : 10 Juni 2024

Accepted : 4 Juli 2024

Keywords

Marketing Strategy, Sharia
Economic Law Study

ABSTRACT

Cassava Chips Entrepreneur (duloor chips) is a cassava chips manufacturing business located in a residential area on Jln. Asahan KM 18.5 Huta II, Nagori Pematang Asilum, Mount Malela, Simalungun district. In carrying out his business activities, this entrepreneur has implemented various marketing strategies which include product strategies, pricing strategies, distribution strategies and promotional strategies. The formulation of the problem in this research is: 1. What is the marketing strategy for buying and selling cassava chips in Nagori Pematang Asilum, Simalungun Regency, seen from the perspective of Sharia Economic Law? 2. What factors influence the marketing strategy for buying and selling cassava chips in Nagori Pematang Asilum, Simalungun Regency? and the aim of this research is to find out how the marketing strategy for buying and selling Cassava Chips at Nagori Pematang Asilum, Simalungun Regency is seen from the perspective of Sharia Economic Law and to find out what factors influence the marketing strategy for buying and selling Cassava Chips at Nagori Pematang Asilum, Simalungun Regency.

Kata Kunci

ABSTRAK

Pengusaha Keripik Singkong (keripik duloor) merupakan usaha pembuatan keripik singkong yang berlokasi di daerah pemukiman penduduk di Jln. Asahan KM 18,5 Huta II, Nagori Pematang Asilum, Kecamatan Gunung Malela, Kabupaten Simalungun. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pengusaha ini telah menerapkan berbagai strategi pemasaran yang meliputi strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1. Bagaimana strategi pemasaran jual beli keripik singkong di Nagori Pematang Asilum Kabupaten Simalungun ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah? 2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran jual beli keripik singkong di Nagori Pematang Asilum Kabupaten Simalungun? dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran jual beli keripik singkong di Nagori Pematang Asilum Kabupaten Simalungun ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan untuk mengetahui faktor-

faktor apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran jual beli keripik singkong di Nagori Pematang Asilum Kabupaten Simalungun.

Pendahuluan

Strategi produk adalah rencana yang menguraikan tujuan dan sasaran suatu produk dan kemudian memberikan penjelasan tentang bagaimana tujuan tersebut akan dicapai. Hal ini memudahkan penyelarasan antara visi proyek dan strategi implementasinya. (Andi, 2011). Strategi produk menjabarkan panduan penting untuk mengembangkan, mempromosikan, dan mendistribusikan ide apa pun yang ingin Anda jual. Selain itu, strategi ini menawarkan cetak biru terpusat yang dapat digunakan oleh karyawan di seluruh perusahaan untuk mengarahkan pekerjaan mereka dan meningkatkan strategi bisnis secara keseluruhan.

Untuk memenuhi permintaan masyarakat, sebuah perusahaan yang memproduksi keripik singkong dan melakukan jual beli dengan sistem tunai, adalah aset yang bagus. Jika pelanggan merasa terdorong serta tertarik untuk melakukan pembelian terhadap apa yang mereka sukai serta ingin memperoleh sampai kepada hal pembayaran terhadap pelanggan kepada pembeli.

Pelanggan dapat membayar tunai untuk makanan, menghindari utang, dan tidak melakukan pembayaran cicilan. Namun tidak semua pelanggan dapat membayar saat itu juga, oleh karena itu manajer serta staf keuangan di keripik singkong (keripik duloor) memberikan keringanan agar pelanggan dapat membayar di kemudian hari tanpa harus menaikkan harga jual awal. Hal ini telah dikomunikasikan kepada klien atau konsumen secara lisan maupun tertulis, dan kini telah menjadi kesepakatan yang mengikat antara kedua belah pihak. Strategi produk diterapkan oleh pengusaha keripik singkong di lingkungan warga di Jln. Asahan KM 18,5 Huta II, Nagori Pematang Asilum, Gunung Malela, kabupaten Simalungun. Strategi ini meliputi menciptakan produk dengan rasa yang berbeda, menjaga kualitas produk, dan pemilihan logo, label, dan kemasan.

Strategi penetapan harga korporasi atau perusahaan adalah pendekatannya dalam menetapkan harga. (IPB Press/PT Penerbit, 2013) Pengusaha Keripik

Astrid Pane^e & Melisa: Kajian Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Singkong Di Nagori Pematang Asilum Kabupaten Simalungun Singkong di Jln. Asahan KM 18,5 Huta II, Nagori Pematang Asilum, Gunung Malela, kabupaten Simalungun, menggunakan lima strategi yaitu markup, penetapan harga biaya plus, analisis pesaing, penetapan BEP, dan permintaan pasar. Salah satunya adalah menawarkan berbagai produk berkualitas tinggi dengan harga yang sesuai dengan harga pasar. Strategi distribusi mengacu pada rencana atau pendekatan untuk mendistribusikan produk dan layanan kepada konsumen akhir. Mempertahankan klien dan menghasilkan pendapatan membutuhkan penerapan strategi distribusi yang lebih efektif.

Pengusaha keripik singkong di Jln. Asahan KM 18,5 Huta II, Nagori Pematang Asilum, Gunung Malela, kabupaten Simalungun menggunakan strategi sebagai berikut: mengantarkan atau menjual barang secara langsung kepada pelanggan, yang sering menimbulkan masalah dalam proses pemasaran pembelian dan penjualan atau promosi, di mana terjadi persaingan dagang yang tidak sehat, dan melakukan negosiasi atau tawar-menawar secara langsung dengan pelanggan dan pedagang tanpa adanya kesepakatan akhir yang menyebabkan pelanggan memutuskan untuk tidak membeli. Selain itu, pengukuran kemampuan manajemen tidak akurat.

Karena keterampilan manajemen saluran distribusi tidak terukur, sering kali manajemen saluran distribusi menghadapi masalah dengan rencana dan anggaran yang digunakan untuk kegiatan distribusi. Manajemen saluran distribusi bertanggung jawab penuh atas distribusi barang ke konsumen.

Promosi adalah salah satu operasi komersial yang sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk menjual produk. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang tepat. Dengan cara ini, target pasar yang tepat dapat dicapai dan penjualan produk dapat ditingkatkan. Strategi promosi, menurut definisi, adalah seperangkat rencana untuk memilih dan menerapkan teknik promosi yang paling efektif untuk bisnis. Promosi yang berlaku agar membangun kesadaran dan mempengaruhi niat beli konsumen.

Segala jenis produk yang di nilai dari iklan, promosi penjualan, pemasaran digital, pemasaran langsung, dan kegiatan publisitas lainnya. (Kampus Pascasarjana Umsu Medan, Sumatera Utara).

Pengusaha Keripik Singkong di Jln. Asahan KM 18,5 Huta II, Nagori Pematang Asilum, Gunung Malela, kabupaten Simalungun, telah menerapkan strategi promosi yang melibatkan penjualan secara langsung. Jenis promosi ini melibatkan interaksi tatap muka antara pelanggan dan penjual, dengan fokus awal pada penjualan lokal sebelum berkembang ke tempat lain.

Saling suka sama suka dan kepercayaan adalah dua prinsip ekonomi Islam yang digunakan dalam pemasaran penjualan. Manajer keripik singkong tidak memaksa pelanggan untuk membelinya; sebaliknya, transaksi bisnis didasarkan pada rasa saling percaya dan izin serta suka sama suka. Untuk memastikan bahwa tidak ada konsekuensi negatif dari penjualan atau pembelian baik bagi pembeli maupun penjual, mereka yang berada dalam bisnis jual beli perlu mengetahui hukum yang relevan. Pembelian dan penjualan dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hal tersebut dapat diterima asalkan dilakukan atas dasar suka sama suka.

Dalam Q.S An - Nisa ayat 29 Allah mengatakan :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."*

Mereka tidak dapat membatalkan transaksi yang telah disepakati setelah akad jual beli selesai dan pembayaran telah diterima, meskipun salah satu atau keduanya meninggalkan lokasi akad. Dan jika kedua belah pihak saling rela setelah terjadinya akad maka perniagaan itu halal hukumnya, meski keduanya belum berpisah. (Zubdatut Tafsir Min Fathil Qadir / Syaikh Dr. Muhammad Sulaiman Al Asyqar, mudarris tafsir Universitas Islam Madinah).

Astrid Pane^e & Melisa: Kajian Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Singkong Di Nagori Pematang Asilum Kabupaten Simalungun
Metode Penelitian

Penelitian kualitatif dan kepustakaan adalah metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Dokumentasi dan wawancara adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data. (Astrid Pane dan Melisa, 2024).

Hasil

1. Faktor - Faktor yang mempengaruhi Pemasaran Usaha Keripik Singkong (Keripik Duloor) Jln. Asahan KM 18,5 Huta II, Nagori Pematang Asilum, Gunung Malela, Kabupaten Simalungun.

Perusahaan keripik singkong Nagori Pematang Asilum merupakan industri makanan yang mengubah bahan baku ubi, maupun ubi jalar, ubi kayu, serta ubi roti yang menjadi makanan khas Nagori Pematang Asilum. Tujuan perusahaan keripik singkong ini adalah untuk memuaskan para pelanggan dengan menyediakan semua kebutuhan kuliner khas Nagori Pematang Asilum tersebut.

Sebelum melakukan aktivitas pemasaran, beberapa inisiatif diambil untuk meningkatkan penjualan. Karena persaingan yang ketat, pemilik bisnis harus berusaha keras untuk menjangkau sebanyak mungkin pelanggan.

Sangat penting untuk memeriksa keadaan pemasaran perusahaan keripik singkong ini untuk meningkatkan penjualan dan menghasilkan keuntungan. Diharapkan analisis ini akan mendukung inisiatif pemasaran perusahaan keripik singkong duloor Nagori Pematang Asilum. Uraian berikut ini dapat digunakan untuk mengetahui aspek-aspek yang mempengaruhi pemasaran usaha keripik singkong duloor.

a. Produk

Adalah sesuatu yang disediakan untuk publik untuk menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Produk dapat dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi. Untuk mencegah penipuan, produk harus memenuhi harapan konsumen.

Industri keripik singkong secara konsisten berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya, seperti yang sering kami lakukan, baik untuk mencegah kejenuhan pelanggan maupun untuk membuat produk ini terasa lebih enak. Keripik

singkong balado, keripik singkong gurih, dan keripik singkong pedas adalah variasi rasa yang diproduksi oleh usaha mikro ini.

Produk-produk ini dibuat dengan berbagai jenis bahan dan rasa yang berbeda. Produk tersebut dibuat dengan menggunakan tenaga manusia dan dibantu dengan beberapa peralatan lainnya.

Para pengusaha keripik singkong (duloor) berusaha keras untuk menciptakan produk yang enak dan disukai masyarakat setempat maupun masyarakat luar.

b. Penetapan Harga

Karena harga dapat memengaruhi posisi kompetitif perusahaan, penetapan harga merupakan salah satu aspek pemasaran yang harus dipertimbangkan dengan cermat oleh perusahaan yang ingin menjual produknya. Keputusan perusahaan untuk menetapkan harga ini dipengaruhi oleh sejumlah variabel, termasuk keadaan ekonomi, penawaran dan permintaan, biaya, persaingan, regulasi, dan tujuan perusahaan.

Penetapan harga produk atau jasa ditentukan oleh permintaan di pasar; oleh karena itu, harga yang dapat memberikan keuntungan yang layak untuk bisnis dan diterima oleh pasar adalah harga yang tepat. Harga jual memiliki dampak yang signifikan terhadap keinginan pelanggan untuk membeli produk yang dihasilkan; jika harga terlalu tinggi, bisnis akan kesulitan untuk mengembangkan basis pelanggannya.

Di sisi lain, jika harga jualnya rendah, pelanggan akan bersemangat untuk membeli guna meningkatkan volume penjualan. Harga produk Anda harus kompetitif jika ingin memenangkan persaingan. Dilarang dalam Islam untuk memotong harga dalam upaya untuk melemahkan pesaing. Keterjangkauan konsumen dan keuntungan yang dapat diterima harus menjadi pertimbangan ketika menentukan harga, yang harus ditetapkan secara adil dalam kaitannya dengan tingkat kualitas produksi. Keseimbangan antara produksi dan konsumsi dikenal sebagai harga.

Metode Cost Plus Pricing digunakan oleh perusahaan pembuat keripik singkong untuk menentukan harga jual, oleh karena itu setiap keripik memiliki

Astrid Pane^e & Melisa: Kajian Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Singkong Di Nagori Pematang Asilum Kabupaten Simalungun harga yang berbeda. Berbagai jenis bahan berkualitas tinggi digunakan oleh bisnis yang berbeda untuk melakukan proses produksi.

c. Promosi

Perusahaan keripik singkong duloor ini menggunakan promosi sebagai salah satu komponen pemasaran, yang dapat mengarah pada proses yang berkelanjutan. Untuk menciptakan permintaan terhadap produk sebelum mengembangkannya, perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen.

Dalam Islam, promosi harus mencakup unsur-unsur berikut: Takaran, timbangan, dan suka sama suka; kejujuran; menghindari penipuan; dan berpura-pura menawar dengan harga yang tinggi.

2. Analisis Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Keripik Singkong (Keripik Duloor) di Jln. Asahan KM 18,5 Huta II, Nagori Pematang Asilum, Gunung Malela, kabupaten Simalungun

Islam merupakan agama samawi yang mengajarkan kepatuhan kepada satu Tuhan, Allah, dan mematuhi ajaran Nabi Muhammad SAW dan pelajaran yang diberikan oleh Al-Qur'an. Islam mengajarkan kasih sayang, keadilan, kebaikan, dan menjunjung tinggi nilai-nilai moral serta etika. Islam juga merupakan suatu agama yang telah disempurnakan oleh Allah SWT. Sebagaimana dalam firman Allah pada Q.s Al-Maidah ayat 3 :

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْفُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَلِكَمْ فِسْقٌ الْيَوْمَ يَبِئْسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَحْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنِ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتِمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرَ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: "Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam (anak panah), (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridhai Islam sebagai agamamu. Tetapi barangsiapa terpaksa karena lapar bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang." (Q.s Al-Maidah 5:3)

Islam adalah agama yang telah disempurnakan oleh Allah SWT. Islam, agama yang sempurna, membahas setiap aspek kehidupan manusia dan berfungsi sebagai panduan untuk menjalani kehidupan yang bahagia di dunia dan di akhirat.

Islam mengatur berbagai hal, termasuk kegiatan ekonomi. Manusia bekerja dalam bidang ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka, seperti sandang, pangan, dan papan. Salah satu kegiatan ekonomi yang umum dilakukan oleh masyarakat adalah jual beli.

Tindakan jual beli yang sesuai dengan syariah dan ketentuannya telah direstui oleh Allah SWT. Nabi menyatakan: "Setara dalam berat dan diberikan secara langsung, emas ditukar dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, kurma dengan kurma, dan garam dengan garam." (HR. Muslim). Oleh karena itu, jual beli merupakan kegiatan yang dibenarkan menurut hadits ini.

Definisi ini juga menekankan fakta bahwa jual beli merupakan perpindahan kepemilikan secara permanen, atau *al-taghayyur al-milkiyah*, dari penjual kepada pembeli. Dengan demikian, jual beli syar'i adalah jual beli yang tidak dibatasi dan tidak memiliki batasan apapun, seperti jual beli dalam bulan, tahun, atau jangka waktu tertentu, atau jual beli yang mensyaratkan pembeli untuk mengembalikan barang tersebut kepada penjual asli kapanpun ia mau. (Supramono, 1996)

Al-bai', istilah bahasa Arab untuk jual beli, mengacu pada proses pengalihan hak milik atas barang melalui pertukaran atau barter satu barang dengan barang lain. Sementara itu, secara istilah, istilah ini merujuk Ini menggambarkan pertukaran satu aset dengan aset lainnya, dengan ijab dan qabul yang dilakukan sesuai dengan panduan syariah, dan keduanya tunduk pada *tasharruf* (pengelolaan). (Sasli Rais, 2001)

Seorang Muslim yang terlibat dalam jual beli harus mengetahui aturan-aturan yang mengatur kegiatan ini, yang berasal dari Al Qur'an dan Hadits. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk menjalankan bisnis mereka sesuai dengan syariah dan menghindari terlibat dalam kegiatan yang dilarang atau diharamkan. Ketentuan-ketentuan kegiatan jual beli yang sesuai dengan hukum Islam adalah sebagai berikut:

a. Transaksi termasuk penjualan dan pembelian bersifat sukarela

Kedua belah pihak harus melakukan transaksi jual beli secara sukarela, tanpa paksaan dari pihak ketiga, dan berdasarkan kebutuhan sehingga tidak ada pihak yang dirugikan, baik penjual maupun pembeli. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa : 29, yang berbunyi : *“/...janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu...”* (Q.S An-Nisaa:29). Ayat ini menjelaskan bahwa transaksi yang melibatkan pembelian dan penjualan barang harus dikelola oleh orang yang memenuhi syarat, khususnya mereka yang memahami transaksi ini dan memiliki keterampilan matematika atau manajerial yang diperlukan. agar penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh orang gila dan anak-anak yang tidak mampu menangani tanggung jawab atau yang tidak memahami kesulitan yang terlibat dalam pembelian dan penjualan menjadi tidak sah.

b. Barang yang diperjualbelikan bukan milik orang lain

Seluruh harta milik salah satu pihak yang melakukan transaksi jual beli adalah tujuan dari transaksi tersebut. Jika seseorang mendapat izin dari pemilik barang, ia diperbolehkan menjualnya meskipun barang tersebut bukan miliknya. Rasulullah SAW bersabda: *“janganlah engkau menjual barang yang bukan milikmu.”* (HR. Abu Dawud)

c. Transaksi jual beli dilakukan secara jujur

Transaksi jual beli hendaknya dilandaskan dengan kejujuran. Rasulullah SAW bersabda: *“Barangsiapa yang berlaku curang terhadap kami, maka ia bukan dari golongan kami. Perbuatan makar dan tipu daya tempatnya di neraka”* (HR. Ibnu Hibban). Salah satu contoh transaksi jual beli yang jujur adalah dengan cara penjual menyempurnakan takaran. Hal ini dapat diketahui dalam Allah berfirman Asy Syu'araa: 181-183). Allah SWT mengatakan dalam Q.S Al-Mutaffifin ayat 1-6 yang artinya: *“Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!, (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka*

mengurangi. Tidaklah mereka itu mengira bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar, (yaitu) pada hari (ketika) semua orang bangkit menghadap Tuhan seluruh alam.”(O.S. Al-Muthaffifin 1-6).

Jika penjual memberikan deskripsi yang jujur kepada pembeli mengenai kondisi barang, maka transaksi jual beli juga dianggap telah dilakukan dengan jujur. Jika ada masalah dengan produk yang dijualnya, penjual akan memberitahukannya kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan apa yang disabdakan oleh Rasulullah SAW, yang artinya: *“Bagi seorang Muslim, Muslim lainnya adalah saudara.*

Menjual barang yang cacat kepada sesama Muslim dilarang, namun penjual harus memberitahukan cacat tersebut kepada pembeli” (HR. Ibnu Majah)

d. Penjualan dan pembelian produk yang halal

Transaksi pembelian dan penjualan produk harus dibatasi pada barang dan jasa yang halal dan tidak bertentangan dengan hukum Islam, seperti alkohol dan narkoba. Rasulullah SAW bersabda: *“Sesungguhnya Allah jika mengharamkan atas suatu kaum memakan sesuatu, maka diharamkan pula hasil penjualannya” (HR Abu Daud dan Ahmad).*

Sedangkan jual beli yang dilarang menurut syari’at ibadah adalah:

a. Transaksi jual beli yang menjauhkan dari ibadah

Seluruh umat manusia diwajibkan untuk beribadah kepada Allah SWT serta tidak boleh mengabaikan dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli karena semata-mata hal itu melibatkan kita untuk menjalankan ibadah kepada Allah SWT. Allah SWT berfirman dalam Q.S AL-Jumuah ayat 9-10 yang artinya *“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila telah diseru untuk melaksanakan salat pada hari Jum’at, maka segeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila telah dilaksanakan, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya supaya kamu beruntung.” (QS Al Jumuah : 9-10).* Allah SWT juga mengatakan dalam Q.S An-Nur ayat 37 yang artinya : *“Orang yang tidak dilalaikan oleh perdagangan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari kiamat)”.*

b. Transaksi jual beli barang haram

Transaksi jual beli produk yang dilarang oleh hukum Islam, seperti alkohol, narkoba, barang curian, dan barang-barang lainnya, termasuk di antara transaksi yang dilarang. Karena dengan melakukan hal tersebut, berarti kita ikut serta dalam kegiatan haram yang dilakukan secara global. Rasulullah SAW bersabda:

“Memang benar bahwa Allah melarang manusia menjual apa yang diharamkan-Nya.” (HR Abu Daud dan Ahmad)

c. Transaksi jual beli harta riba

“Penulis, dua orang saksinya, pemakan riba, dan orang yang menyuapinya, semuanya dilaknat oleh Rasulullah SAW dan beliau bersabda : *“Mereka itu sama”*. (HR Muslim). Kita dapat mengetahui bahwa Islam melarang pembelian dan penjualan harta riba melalui hadis tersebut.

d. Transaksi jual beli hasaath

Rasulullah SAW bersabda: *“Rasulullah shallallahu’alaihi wa sallam melarang jual beli hashaath (jual beli dengan menggunakan krikil yang dilemparkan untuk menentukan barang yang akan dijual) dan jual gharar.” (HR Muslim)*. Karena transaksi gharar melibatkan pelemparan kerikil untuk menentukan barang dagangan, maka transaksi ini dilarang. Menyortir barang sesuai dengan keinginan dan berdasarkan kualitas agar pembeli tidak memiliki pilihan. agar pembeli sebagai satu-satunya pihak dalam transaksi jual beli ini tidak dirugikan. Oleh karena itu, jual beli gharar tidak dilarang dalam Islam.

Keberadaan perusahaan yang membuat keripik singkong ini menggunakan sistem pembayaran berbasis uang tunai yang benar-benar membantu individu dalam memenuhi kebutuhan mereka. Ketika pelanggan merasa perlu membeli makanan, mereka membayar dengan uang tunai, sehingga tidak perlu lagi membayar dengan cara mencicil. Namun, karena tidak semua konsumen dapat membayar secara penuh, maka asosiasi pedagang keripik singkong (duloor) menawarkan bantuan kepada mereka yang ingin membayar setelah hari pertama tanpa harus menyesuaikan harga jual. Hal ini kini menjadi tanggung jawab bersama kedua belah pihak dan juga telah diungkapkan sepenuhnya, baik secara tertulis

maupun lisan, kepada pemerintah atau konsumen. Sehubungan dengan pernyataan ini, kriteria, rukun, dan ketentuan umum pembelian dan penjualan berikut ini harus dipahami:

1. Rukun Jual Beli

Pemenuhan rukun dan syarat tertentu diperlukan agar jual beli dianggap sah di mata Shara. Mayoritas ulama dan ulama Hanafiyah berbeda pendapat tentang apa saja yang menjadi rukun jual beli. Mazhab Hanafi secara eksklusif membahas satu aspek dari pembelian dan penjualan-ijab qabul. Ijab adalah ungkapan pembelian dari pembeli, sedangkan qabul adalah ungkapan penjualan dari penjual.

Mereka berpendapat bahwa satu-satunya komponen fundamental dari jual beli adalah kerelaan (*ridha*) dari kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Adapun rukun jual beli menurut jumbuhur ulama ada empat, yaitu :

a. Penjual dan pembeli

Karyawan yang menjual keripik singkong (*duloor*) menyediakan barangnya untuk konsumen selama proses jual beli berlangsung. Dalam proses jual beli, konsumen adalah para anggota masyarakat umum yang ingin membeli barang yang telah disediakan sebelumnya.

b. Uang dan barang

Metode pembayaran yang digunakan untuk pembelian dan penjualan keripik singkong adalah tunai. Penjual mengungkapkan harga produk kepada pembeli sebelum pembelian dan penjualan.

c. Ijab dan Qabul

Baik penjual maupun pembeli melakukan ijab dan qabul dalam jual beli ini, masing-masing menyerahkan barang dan uangnya dan menandainya dengan kalimat "Saya terima barangnya."

2. Syarat Jual Beli

Ada empat jenis syarat dalam jual beli yaitu, syarat-syarat yang berkaitan dengan pembentukan kontrak, keadaan yang berkaitan dengan keabsahan kontrak, ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan pelaksanaan kontrak, dan syarat-syarat yang berkaitan dengan pelaksanaan transaksi (*lujum*). Tujuan umum dari

Astrid Pane^e & Melisa: Kajian Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Singkong Di Nagori Pematang Asilum Kabupaten Simalungun semua persyaratan ini adalah untuk mencegah konflik antarpribadi, melindungi kepentingan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi, menahan diri dari pembelian dan penjualan gharar (karena ini melibatkan beberapa tingkat penipuan), di antara hal-hal lainnya.

a. Tentang Subyek

Persyaratan subjek dalam jual beli singkong dapat ditentukan berdasarkan fakta bahwa baik penjual maupun pembeli harus cukup umur, berakal sehat, dan memiliki kehendak bebas. (Damanuri Aji, 2010)

b. Tentang Obyek

Barang yang diperjualbelikan haruslah barang yang suci dan tidak terkait dengan barang haram atau najis. Keripik singkong dapat membantu banyak orang, selama kedua belah pihak yang bertransaksi mengetahui barang yang ditawarkan. Barang yang akan diperjualbelikan sudah ada di tangan dan dapat dilihat oleh pembeli dengan segera. Segala sesuatu yang akan dijual sudah siap.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, salah satu usaha yang memproduksi keripik singkong adalah Pengusaha Keripik Singkong yang terletak di lingkungan perumahan di Jln. Asahan KM 18,5 Huta II, Nagori Pematang Asilum, Kecamatan Gunung Malela, Kabupaten Simalungun. Pemilik usaha ini telah menggunakan berbagai teknik pemasaran selama menjalankan usahanya, termasuk taktik harga, distribusi, promosi, dan produk.

Pada kenyataannya, industri keripik singkong telah melakukan pembelian dan penjualan melalui sistem tunai. Penjual menjelaskan produk dan penawarannya terlebih dahulu, diikuti dengan harga masing-masing barang. Jika pelanggan memutuskan untuk membeli, mereka langsung mengambil barang tersebut dan melakukan pembayaran tunai. Oleh karena itu, asalkan kedua belah pihak, yaitu produsen dan konsumen, setuju, jual beli dapat dilakukan secara sah.

Strategi pemasaran syariah menyatakan bahwa tidak boleh ada hal yang bertentangan dengan ketentuan kontrak atau prinsip-prinsip muamalah Islam. Hal ini mencakup pembuatan, penawaran, dan pengalihan nilai. Hukum Islam

mengizinkan segala jenis transaksi ekonomi selama dapat dipastikan tidak ada penyimpangan dari dasar-dasar muamalah. Oleh karena itu, Allah SWT memperingatkan kita untuk selalu menahan diri dari perbuatan zalim dalam bisnis, terutama dalam hal pengembangan, penawaran, dan perubahan nilai dalam pemasaran.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus karena telah mengemban tugas untuk menyelesaikan pekerjaan yang telah dimulai. Kami menghargai ketekunan, pantang menyerah, dan kenikmatan yang konstan dalam proses yang paling sulit sekalipun, karena sesungguhnya didalam kesulitan pasti ada kemudahan.

Kami berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, dan semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka. Amin. Semoga Karya Tulis Ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Daftar Pustaka

- A P Nugroho, *"Strategi Pemasaran Bisnis Ritel Modern"* Universitas Islam Indonesia, 2018.
- Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Djakfar, H Muhammad, and M Ag SH. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, 2012.
- Indonesia, Republik. *"Kementerian Agama." Al-Qur'an Dan Tafsirnya Jilid 2*, 2019.
- Jalaludin Abdurrahman Ibn Abi Bakr Al-Suyuti, Al-Jami" *Al-Shagir Fi Ahadits AlBasyir Al-Nadzir*, Juz II, (Beirut: Dar Al-Fikr,t.th).
- Juniarti, Shinta. *"Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kripik Balado Dua Bunda Di Payakumbuh Ditinjau Menurut Ekonomi Islam."* Universitas Islam Negeri SultanSyarif Kasim Riau, 2012.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. *"Pemasaran."* Jakarta: Erlangga, 2010.
- Syafe'I, Rachmat, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2004.