

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian Promosi

Kebijakan perusahaan dengan perencanaan dan pengembangan produknya belum menjadi lengkap tanpa adanya komunikasi dan informasi pada konsumen dengan itu perlu diterapkan suatu penyampaian informasi dan interaksi dengan konsumen adalah salah satunya dengan kegiatan promosi. Promosi adalah jenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon pembeli tentang barang dan jasa.

Menurut Martin L.Bell (1990) mendefinisikan promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan promosi adalah kegiatan penjualan yang berifat jangka pendek untuk mendorong pembelian dan penjualan produk dan jasa. Promosi penjualan meliputi pilihan sarana yang luas (kupon, kontes, potongan harga) semuanya mempunyai kualitas unik untuk menarik perhatian konsumen.

Josep P. Cannon menyatakan (2009) menyatakan promosi adalah mengkomunikasi informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Bagian dalam promosi dalam bauran pemasaran melibatkan pemberitahuan kepada pelanggan arget bahwa produk yang tepat tersedia ditempat pada harga yang tepat.²¹

²¹Mhd Yamin Siregar, *Faktor-Faktor Mempengaruhi Volume Penjualan SPAREPART Pada PT. Calispo Multi Utama Medan*. Jurnal Akuntansi dan Bisnis Vol.3 No.1 2017 STIE Mikroskil Medan 2017

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam pendapat lain, promosi adalah kegiatan memberikan informasi suatu produk dengan masyarakat, yang dilakukan secara efektif dan efisien dengan tujuan menciptakan terjadinya transaksi dalam jual beli.²²

Sedangkan menurut istilah promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir, kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan pemasaran lainnya. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung.²³

Promosi adalah variable kunci dalam rencana strategi pemasaran dan dapat dipandang sebagai satu unsur untuk menciptakan kesempatan-kesempatan menguasai pasar. Unsur promosi yang digunakan disusun lingkungan, terutama oleh keadaan atau kondisi permintaan.

Strategi promosi hendaknya mencakup siapa, apa, kapan, dan dimana. Penentuan promosi ini sangat penting pertama karena tidak semua usaha dapat memenuhi semua keinginan orang dan tidak semua perusahaan memiliki dana tak terbatas untuk keperluan promosi, maka promosi itu harus diarahkan ke pasar

²²Suyadi Prawiro Sentoso, *Pengantar Bisnis Modern: Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002) hlm. 224

²³Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing*, (Jakarta: PT.Gramedia,2009), hlm.181

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sasaran²⁴. Strategi promosi juga perlu untuk mempertimbangkan bauran promosi. Promosi itu dapat meliputi nama perusahaan lambangnya, teknik *personal selling*, promosi penjualan istimewa, hubungan masyarakat dan publisitasnya.²⁵

Berikut ini akan diuraikan masing-masing bauran promosi:

- a. Iklan, merupakan bentuk promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, atau gambar yang tertuang dalam bentuk brosur, spanduk dll.²⁶
- b. Penjualan personal, merupakan bentuk promosi dengan kegiatan penjualan langsung secara personal, secara pribadi kepada konsumen.
- c. Publitas, adalah bentuk promosi yang ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan memberitakan atau menyiarkan kegiatan positif perusahaan melalui kegiatan sponsorship atau melalui kegiatan-kegiatan amal dan sosial
- d. Promosi penjualan, merupakan bentuk promosi yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan secara langsung melalui kegiatan-kegiatan potongan harga, pemberian hadiah baik langsung maupun secara undian untuk produk tertentu, pada tempat tertentu dan pada waktu tertentu.

Biasanya dalam kegiatan promosi, perusahaan berusaha menyajikan keunggulan barang yang dijualnya, namun jika hal tersebut dilakukan berlebihan maka itu tidak baik. Secara umum, promosi dapat dilakukan penjualan pribadi, periklanan, publikasi promosi penjualan dan hubungan masyarakat.

²⁴Iban Sofyan, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003), hlm.69

²⁵*Ibid*, hlm. 41

²⁶Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Surabaya: Graha Ilmu, 2010),

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Freddy Rangkuti, promosi memiliki beberapa indikator yakni.²⁷

A. Modifikasi tingkah laku

Tujuan promosi adalah berusaha untuk mengubah tingkah laku dan pendapat individu tersebut, dari tidak menerima suatu produk menjadi setia terhadap produk. Penjual selalu berusaha menciptakan kesan baik tentang dirinya atau mendorong pembelian barang-barang dan jasa perusahaan.

B. Memberitahu

Kegiatan promosi yang ditujukan untuk memberikan informasi kepada pasar yang dituju tentang pemasaran perusahaan, mengenai produk tersebut berkaitan dengan harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan, keistimewaan, dan lain sebagainya. Promosi yang bersifat informasi ini lebih umumnya lebih disukai dan dilakukan pada tahap-tahap awal dalam siklus kehidupan produk. Hal ini merupakan masalah penting untuk meningkatkan permintaan primer sebab pada tahap ini sebagian orang tidak akan tertarik untuk memilih dan membeli barang dan jasa sebelum mereka mengetahui produk tersebut kegunaan dan lain sebagainya. Promosi yang bersifat informasi ini dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli.

C. Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk atau persuasif ini pada umumnya kurang disenangi oleh sebagian masyarakat. Tetapi kenyataannya, sekarang

²⁷Freddy Rangkuti, Op.Cit, hlm.53

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini banyak muncul justru promosi tersebut. Promosi seperti itu terutama untuk mendorong pembeli. Perusahaan tidak ingin memperoleh tanggapan secepatnya, tetapi lebih mengutamakan untuk menciptakan kesan positif. Hal ini dimaksudkan agar promosi dapat memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli. Promosi yang bersifat meujuk ini akan menjadi dominan jika produk yang dipromosi yang bersangkutan mulai memasuki tahap pertumbuhan dalam siklus kehidupan produk tersebut.

D. Mengingat

Promosi yang bersifat mengingatkan ini dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk dihati masyarakat dan dilakukan selama tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan produk. Ini berarti perusahaan berusaha memperhatikan untuk mempertahankan pembeli yang ada sebab pembeli tidak hanya sekali saja melakukan transaksi, melainkan harus berlangsung secara terus-menerus.

Berdasarkan penjelasan diatas ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah cara berkomunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong atau menarik calon konsumen agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan sehingga meningkatkan penjualan.

B. Sumber Hukum Promosi

Sumber hukum promosi, dalam hukum syara' dijelaskan sebagaimana seharusnya harta kekayaan (barang atau jasa) diperoleh, juga menjelaskan

bagaimana manusia mengelola harta serta bagaimana mendistribusikan kekayaan yang ada.²⁸

Dalam muamalah, promosi yang dibenarkan berdasarkan prinsip syariah adalah promosi yang jujur, transparan dan menjelaskan apa adanya. Didalamnya tidak dapat unsur-unsur kebohongan atau penipuan.

Bentuk-bentuk promosi yang dilarang yaitu:

1. Iklan penipuan atau gharar

Iklan yang mengandung penipuan sama halnya dengan jual beli gharar yaitu jual beli yang sama sehingga ada kemungkinan terjadi penipuan.²⁹ Apabila pelaku bisnis mengiklankan suatu produk secara berlebihan atau menawarkan produk yang tidak sesuai dengan hakikatnya, maka hukumnya dilarang dan batal seperti iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan. Konsumen yang sudah membeli produk tersebut mempunyai hak khiar aib. Khiar aib artinya keadaan membolehkan salah seorang yang akad memiliki hak untuk membatalkan akad atau menjadikannya ketika ditemukan aib dari salah satu yang dijadikan alat tukar-menukar yang tidak diketahui pemiliknya waktu akad. Maksudnya adalah apabila terdapat kecacatan suatu produk/barang maka konsumen berhak untuk membatalkannya atau mengembalikannya. *Rasulullah Shallallahu'alaihi Wassalam* bersabda:

²⁸M. Sholahuddin, *Asas-Asas Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007) hlm.32

²⁹Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005) hlm.81

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: نَهَرَسُوْا لِلَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِّيْ بِحِصَّةٍ، وَعَنِّيْ بِعَرْرِ. (رواه مسلم)

Artinya: “Abu Huraira R.A mengatakan bahwa Rasulullah SAW melarang jual beli dengan cara pelemparan batu kerikil dan cara mengandung unsur penipuan.”(HR.Muslim)³⁰

Apabila pelaku bisnis mengiklankan suatu produk secara berlebihan atau menawarkan produk yang tidak sesuai dengan hakikat produknya, maka hukumnya dilarang. Berbagai iklan yang sering disaksikan di televis, radio dan berbagai jenis alat media lainnya seringkali memberikan ketereangan palsu dan pembeli mempunyai hak khiar a’ib. khiar aib adalah keadaan membolehkan salah seorang yang akad memiliki hak untuk membatalkan akad atau menjadikannya ketika ditemukan aib (kecacatan) dari salah satu yang dijadikan alat tukar-menukar yang tidak diketahui pemiliknya waktu akad.³¹

2. Promosi dengan sampel

Sampel merupakan tawaran barang percobaan atau gratis yang diberikan kepada konsumen. Dalam istilah fiqh jual beli dengan sampel ini dikenal dengan sebutan jual beli muammasah, yaitu jual beli secara menyentuh Promosi dengan sampel ini, sesuai dengan produk yang dipejualbelikan.

Selanjutnya, bagi sipembeli berlaku khiar. Khiar majelis yaitu apabila akad jual beli dilakukan, maka kedua belah pihak masih ada hak

³⁰ M. Nashiruddin Al-Bani, *Op., Cit.* hlm. 46

³¹ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung:CV.Pustaka Setia,2001) hlm.115

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

khiyar, selama keduanya belum berpisah dari majlis akad.³² Maksudnya adalah penjual dan pembeli boleh memilih akan melanjutkan jual beli atau membatalkannya.

3. Demonstrasi-demonstrasi dalam toko

Dilihat dari bentuk demonstrasinya dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan meragakan sebuah produk atau menawarkan sampel dan dengan memberikan informasi mengenai kriteria produk.

Dalam hukum Islam kedua bentuk tersebut sama halnya jual beli dengan contoh atau sampel. Dengan demikian hukumnya adalah diperbolehkan dengan ketentuan objek yang didemonstrasikan harus sesuai dengan produk yang diperjual belikan.

4. Hadiah (Undian)

Jika sipembeli mempunyai kebutuhan terhadap barang yang dibeli bukan karena hadiah semata, sehingga hal ini terhindar dari unsur judi pemborosan dan berlebihan, penjual tidak diperbolehkan memaksa konsumen secara berlebihan. Konsumen berhak memilih dan memutuskan apakah ia jadi melakukan pembelian atau tidak.

Berperilaku baik tidak dicintai dan disukai oleh pembeli, tetapi dengan berperilaku baik Allah juga memberikan rahmatnya. Transaksi bisnis bisa dikatakan mencapai sebuah bentuk perdagangan yang saling rela antara pelakunya, jika didalamnya masih ada unsur penipuan atau tekanan yang digunakan oleh salah satu pihak yang melakukan transaksi.

³²A. Syafi'i Jafri, *Fiqh Muamalah*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008) hlm.60

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Diskon atau potongan harga

Hukum promosi ini diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penipuan kepada pembeli, menimbulkan mudarat kepada orang lain, dan hal-hal yang dilarang oleh syariat Islam. Termasuk kategori potongan harga atau diskon ini adalah bentuk promosi dengan paket harga, kemasan-kemasan ukuran jumbo atau kupon dan premi.

6. Hadiah dalam produk

Terdapat tiga kategori yaitu:

- a. Memberi hadiah, tapi mendapat keuntungan dari penjualan hadiah.

Contoh dalam hal ini seperti perusahaan atau pedangan yang memberikan iming-iming seperti barang siapa yang membeli buah sebanyak 1kg bisa dapat mangkuk dengan cukup membayar Rp. 2.500.00 (harga mangkok jenis tersebut dipasaran Rp.5000 sedangkan penjual, membeli dari pabriknya harga setiap mangkuk Rp.1.800). dengan demikian pedangan tersebut mendapatkan keuntungan dari pemberian hadiah sebesar Rp. 700.00

Hukum jual beli seperti ini adalah haram atau dilarang karena bentuk akad ini mengandung jahalal (ketidakjelasan) dalam objek akad dan mengandung penipuan didalamnya.

- b. Hadiah dalam produk tersebut tidak berlaku untuk semua pembeli. Dalam bentuk hadiah ini semacam ini, ulama sepakat tentang kebolehan jual beli dengan hadiah seperti ini, dengan syarat pembeli

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak hanya mengharapkan hadiah semata, tetapi didasari karena kebutuhan pembeli.

- c. Hadiah tersebut berlaku untuk semua pembeli. Dalam hal ini, para ahli sepakat bahwa akad jualah (hadiah) merupakan hal yang boleh (*ijaz*).³³ Bentuk seperti ini dibolehkan meskipun hadiah dalam kemasan atau produk tidak disebutkan jenis dan bentuknya. Hadiah adalah pemberian dari seseorang (produsen atau perusahaan) kepada orang lain (konsumen) tanpa adanya penggantian dengan maksud memuliakan.³⁴ Jadi hukum hadiah tetap diperbolehkan dan tidak berpengaruh meskipun objek hadiah tidak disebutkan secara jelas jenis dan bentuknya.

C. Tujuan Promosi

Perusahaan perlu menetapkan tujuan promosi yang akan membantu tercapainya tujuan perusahaan secara lebih luas.³⁵ Program-program promosi dapat didasarkan atas satu atau lebih tujuan, yaitu sebagai berikut ini:

1. Memberikan Informasi

Tujuan dasar dari semua kegiatan promosi adalah memberikan informasi kepada konsumen potensial tentang produk yang ditawarkan, dimana konsumen dapat membelinya dan beberapa harga yang diterapkan, agar tingkat penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan.

³³Sri Nurhayati Dan Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia, Edisi 3* (Jakarta: Salemba Empat, 2014) hlm.270

³⁴Hendi Suhendi, *Op.Cit*, hlm.211

³⁵Gugup Kismono, *Pengantar Bisnis, Edisi Pertama* (Yogyakarta: BPFE, 2001) hlm.374

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Meningkatkan Penjualan

Kegiatan promosi juga merupakan salah satu cara meningkatkan penjualan. Perusahaan dapat merancang promosi penjualan dengan memberikan kupon belanja, sampel produk, dan sebagainya, untuk membujuk konsumen agar tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan.

3. Menstabilkan Penjualan

Pada saat turunnya tingkat penjualan pasar, perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi agar tingkat penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan yang berarti.

4. Mempromosikan Produk

Perusahaan perlu mempromosikan produknya dengan menekankan keunggulan produknya dibandingkan produk pesaing. Strategi yang tepat, seperti iklan dapat membantu perusahaan.

5. Membentuk Citra Produk

Kegiatan promosi yang dapat dilakukan perusahaan dapat membantu membentuk image konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Perusahaan dapat menggunakan media iklan untuk membangun citra produknya dimata konsumen.

D. Sistem Promosi dalam Islam

Promosi dalam Islam dapat diambil contoh dari sistem promosi yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Promosi yang dilakukan Rasulullah SAW lebih

menekankan pada hubungan dengan pelanggan. Adapun strategi yang dilakukan Rasulullah SAW dalam mempromosikan produknya adalah sebagai berikut:³⁶

1. Rasulullah SAW senantiasa memulai promosi dari dirinya sendiri, yaitu berpenampilan menawan, bersih dan rapi
2. Nabi Muhammad SAW lebih mengutamakan keberkahan dari pada keberhasilan penjualan
3. Nabi Muhammad SAW menyatakan bahwa membangun silaturahmi atau membangun relasi merupakan kunci keberhasilan dalam pemasaran
4. Nabi Muhammad sangat memahami pelangganya
5. Memberikan pelayanan yang hebat
6. Menjalin hubungan komunikasi dengan baik agar tidak terjadi perselisihan antara orang yang melaksanakan jual beli
7. Menciptakan keterlibatan dan menawarkan pilihan artinya tidak ada paksaan dalam menentukan pilihan bagi pembeli.

Selain memperhatikan aspek diatas mengenai personal dalam promosi Islam, tentu hal etika yang diperhatikan dalam berpromosi sesuai dengan petunjuk Rasulullah, yaitu sebagai berikut:³⁷

1. Prinsip esensial dalam bisnis kejujuran.

Menurut Nabi, kejujuran akan membawa kepada kebajikan dan kebajikan akan membawa pada surga. Rasulullah melarang segala bentuk aktivitas bisnis yang dilakukan dengan penipuan karena penipuan dapat

³⁶M.Suyanto, *Muhammad Bussines Strategy& Ethic: Etika Dan Strategi Bisnis Muhammad SAW*, (Yogyakarta:Andi Offset,2008) hlm.273

³⁷Idri, *Hadist Ekonomi: Ekonomi Dalam Presfektif Hadist Nabi, Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana) hlm.330-337

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merugikan orang lain dan melanggar hak asasi dalam bisnis yaitu suka sama suka.

2. Amanah dan professional dalam bisnis

Bersikap dan berperilaku amanah sangatlah dianjurkan dalam Islam dan orang yang tidak amanah disebut penghianat, termasuk salah satu ciri orang munafik.

3. Kesadaran tentang signifikansi sosial dalam kegiatan bisnis

Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya sebagaimana yang diajarkan dalam ekonomi kapitalis, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta'aun (tolong-menolong) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis.

4. Tidak melakukan sumpah palsu

Nabi Muhammad melarang seseorang melakukan sumpah palsu dalam segala hal, termasuk dalam bisnis. Orang yang melakukan sumpah palsu pada dasarnya telah berbuat dosa besar sebagaimana halnya dosa-dosa besar lain seperti menyekutukan Allah, durhaka kepada orang tua, berzina, membunuh, dan sebagainya.

5. Tidak berpura-pura menawarkan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. Cara bisnis ini dikenal dengan jual beli najasi yaitu menawar harga tinggi untuk menipu pengunjung atau calon lainnya.

6. Bersikap ramah tamah dalam melakukan aktifitas bisnis

7. Tidak menjelek-jelekkan bisnis orang lain agar orang membeli kepadanya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Tidak melakukan penimbunan (ikhtikar)

Ikhtikar yaitu menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besarpun diperoleh.

9. Melakukan takaran, ukuran, dan timbangan secara benar serta tidak menguranginya

10. Membayar upah kepada pekerja atau karyawan sesegera mungkin.

Setelah mempelajari etika dalam promosi, ada beberapa hal konsep promosi dalam Islam. Konsep atau sistem promosi yang sesuai dengan prinsip Islam yaitu:

1. Larangan mempromosikan barang-barang haram³⁸

Norma yang pertama ditekankan oleh Islam adalah larangan mengedarkan atau mempromosikan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan, atau cara apa saja untuk memudahkan pengedarannya. “Allah melaknat *khamar* (minuman keras), peminumnya, penyajinya, penyulingnya, pembawanya, dan pemakai hartanya.” Yang termasuk kategori barang yang dilarang beredar (*khamar*) adalah barang sejenis komoditi atau barang yang mengancam kesehatan manusia serta media informasi yang mempromosikan ide-ide rusak, hiburan yang berdampak negatif atau berbaur pornografi dan porno aksi dan apa yang dapat mengikis akidah dan etika umat manusia.

³⁸Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta:Gema Insani Press,1997) hlm.175-176

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ikut mengedarkan dan mempromosikan barang-barang tersebut berarti ikut bekerjasama dalam perbuatan dosa atau bahkan melakukan pelanggaran terhadap apa yang telah dilarang oleh Allah.

2. Menetapi janji³⁹

Seorang pedagang juga dituntut selalu menepati janjinya baik kepada pembeli maupun diantara sesama pedagang, terlebih lagi tentu saja harus dapat menepati janjinya kepada Allah SWT. Janji yang harus ditepati kepada pembeli misalnya tepat waktu pengiriman, menyerahkan barang yang kualitasnya, kuantitasnya, warna, ukuran dan atau spesifikasinya sesuai dengan perjanjian semula dan lain sebagainya. Sedangkan janji kepada sesama para pedagang misalnya pembayaran dengan jumlah dan waktu yang tepat. Sementara janji kepada Allah yang harus ditepati para pedagang muslim misalnya adalah sholatnya.

3. Menepati amanat⁴⁰

Menepati amanat merupakan moral yang mulia. Maksud amanat adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain berupa harga maupun upah. Amanat dalam berdagang adalah sangat dibutuhkan, tanpa adanya amanat ini seseorang tidak akan bekerja sesuai dengan apa yang telah diwajibkan kepadanya. Amanat merupakan tanggung jawab dan kewajiban yang harus dilaksanakan bagi para pedagang seperti menyediakan barang atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai.

³⁹Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2(Pasar Perdagangan, Manajemen Produksi, Konsumsi, Institusif Keuangan Dan Kontribusi)*, (pekanbaru: Al-Mujatahadah Press,2014) hlm.18

⁴⁰Yusuf Qarhdawi, *Op.Cit*, hlm.177

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Murah hati⁴¹

Rasulullah SAW menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli. Murah hati dalam pengertian ramah tamah, sopan santun, murah tersenyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab *Rasulullah Shallallahu'alaihi Wassalam* bersabda:

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا. أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَ.

Artinya: “*Dari Djabir Ibn Abdullah R.A., bahwa Rasulullah SAW bersabda: Semoga Allah merahmati orang yang memudahkan ketika menjual dan ketika membeli dan juga orang yang meminta haknya.*” (HR. Bukhari)⁴²

5. Jujur⁴³

Dalam mempromosikan suatu barang haruslah bersikap jujur, yaitu menjelaskan cacat barang dagangannya jika memang barang dagangannya tersebut terdapat kecacatan dan tidak terlihat oleh pembeli. Lawan dari sifat jujur adalah menipu (curang), yaitu menonjolkan keunggulan barang tetapi menutupi kecacatannya. Masyarakat umum selalu tertipu dengan perlakuan penjual yang seperti ini. Mereka mengira suatu barang itu baik kualitasnya namun ternyata sebaliknya. Hal ini sangat dilarang oleh agama karena merupakan sifat dari orang munafik. Hal ini yang harus diperhatikan dalam berdagang dan dalam mempromosikan suatu barang.

⁴¹Akhmad Mujahidin, *Op.Cit*, hlm.21

⁴²Salim Bahareisy, *Tarjamah Riadhus Shalihin II*, (Bandung: PT Al-Ma’rif, 1986) hlm

⁴³Yusuf Qardhawi, *Op.Cit*. hlm 178-179