

URGENSI MAQASHID SYARIAH DALAM PRAKTIK PEMASARAN DAN PERDAGANGAN ISLAM

Ismawati Khasanah

email: ismawatikhasanah@gmail.com

(STAI Ihyaul Ulum Gresik)

Abstrak

Kegiatan muamalah seperti berbisnis atau berdagang membutuhkan strategi pemasaran sebagai usaha dalam menjalankan aktivitas usahanya. Strategi pemasaran yang dimaksud tentunya tidak lepas dari aturan-aturan yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam kegiatan berdagang, Islam sangat meneladani sifat dan perilaku Nabi Muhammad SAW yang mementingkan etika bisnis yang islami. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menerapkan pentingnya konsep maqashid syariah dalam praktik pemasaran dan perdagangan dalam Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan dengan mengambil data dari berbagai literatur pustaka. Maqashid syariah adalah tujuan Allah SWT selaku penentu dan yang menetapkan syariah untuk memberikan kemaslahatan kepada manusia dengan dapat terpenuhinya kebutuhan hidup manusia yang terdiri dari dlaruriyah, hajiyah, tahsiniyah sehingga manusia dapat senantiasa hidup dalam nilai kebaikan. Dalam al-Qur'an Surat an-Nisa' ayat 29 sangatlah relevan sebagai petunjuk dalam pelaksanaan tugas pemasaran, karena pemasaran merupakan bagian penting dari perusahaan. Seorang muslim dilarang melakukan tindakan yang batil terutama dalam menjalankan kegiatan muamalah. Sebaliknya, umat Islam haruslah melakukan kegiatan muamalah atau ekonomi dengan rida dan haruslah mengikuti kaidah-kaidah atau aturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.

Kata Kunci: *maqasid syariah*, pemasaran, perdagangan

PENDAHULUAN

Muamalah sebagai aktivitas ekonomi dalam Islam dianjurkan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan manusia. Segala bentuk kegiatan muamalah pada dasarnya telah diatur dalam aturan Islam yang disebutkan dalam ayat al-Quran maupun hadits. Perdagangan sebagai salah satu bentuk kegiatan muamalah dalam Islam dan telah banyak dipraktikkan oleh bangsa Arab jahiliyah. Nabi Muhammad SAW pun telah mempraktikkan berdagang sejak ia masih muda dan terkenal sebagai pedagang atau pengusaha bisnis yang terkenal dan sukses sehingga ia bisa menikahi

Khadijah. Kegiatan berdagang merupakan bagian dari kehidupan manusia yang masuk dalam muamalah, yakni masalah yang bersifat secara horizontal artinya bersangkutan dengan manusia dalam kehidupan di dunia. Dalam kegiatan berdagang, Islam sangat meneladani sifat dan perilaku Nabi Muhammad SAW yang mementingkan etika bisnis yang islami. Dalam kegiatan bisnis maupun ekonomi, seorang muslim dilarang melakukan tindakan yang batil. Sebaliknya, umat Islam haruslah melakukan kegiatan muamalah atau ekonomi dengan rida dan haruslah mengikuti kaidah-kaidah atau aturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Dalam kegiatan bisnis atau perdagangan dibutuhkan strategi pemasaran sebagai bentuk usaha dalam menjalankan bisnis. Berdagang adalah bagian dari kehidupan manusia yang masuk sebagai salah satu bentuk kegiatan muamalah yang bersifat horizontal artinya bersangkutan dengan manusia dalam kehidupan di dunia. Dalam kegiatan berdagang, Islam sangat meneladani sifat dan perilaku Rasulullah SAW yang mementingkan etika bisnis yang islami. Dalam kegiatan bisnis maupun ekonomi, seorang muslim dilarang melakukan tindakan yang batil. Namun, umat Islam haruslah melakukan kegiatan muamalah atau ekonomi dengan rida dan haruslah mengikuti aturan dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh ajaran Islam.¹ Dalam usaha pemasaran tidak luput dengan aturan-aturan yang sesuai dengan syariah terutama mencakup maqashid syariah demi tercapainya masalah dalam kehidupan bersama. Jadi maqashid syariah bertujuan untuk tercapainya kemaslahatan, dimana manusia sebagai makhluk sosial yang harus bertanggung jawab atas dirinya sendiri dan kepada Allah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka atau *library research*. Studi kepustakaan merupakan jenis penelitian yang dilakukan dengan mencatat semua temuan mengenai tema yakni urgensi maqashid syariah dalam praktik pemasaran dan perdagangan islam yang dapat ditemukan dari literatur-literatur dan dari

¹ Windari, *Perdagangan Dalam Islam*, Al-MAsharif: Jurnal ilmu Ekonomi dan Keislaman, 215, hlm 22

kepustakaan, artikel, maupun jurnal. Kemudian selanjutnya yakni memadukan segala temuan yang ada. Terakhir, yakni dengan melakukan analisis dari temuan yang telah diperoleh dari berbagai sumber kajian literature yang berkaitan dengan kekurangan dan kelebihan masing-masing sumber dan hubungan dengan tema yang akan diteliti.² Sumber data yang digunakan dalam studi kepustakaan berasal dari; pertama, sumber data primer, yang merupakan sumber data utama dan diperoleh langsung dari sumber data tersebut, yaitu dari al-Qur'an, Hadits, dan buku-buku mengenai ekonomi Islam. Kedua, data sekunder yang diperoleh dari sumber yang dapat menunjang data primer, berasal dari buku atau arsip lain yang membahas tentang focus penelitian. Ketiga, data tersier yang diperoleh dari sumber data seperti kamus atau ensiklopedia yang dapat melengkapi data primer maupun sekunder. Metode dalam mengolah dan menganalisis data pada studi kepustakaan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yang dilakukan dalam tiga tahap, yaitu tahap pertama penyuntingan, kedua dengan pemberian kode, dan ketiga tabel induk. Tahapan pertama, yaitu penyuntingan dengan melakukan pemeriksaan atau meneliti data yang telah didapatkan dengan tujuan bahwa data tersebut dapat dipertanggung jawabkan atau tidak. Kedua yaitu dengan menyusun tiap-tiap bagian yang ada menjadi kesatuan yang teratur, yang kemudian data-data tersebut akan disusun menjadi bagian yang lebih sistematis. Ketiga yaitu dengan melakukan analisis data dengan model analisis data deskriptif induktif tidak menggunakan hipotesis (non hipotesis).

KAJIAN TEORI

Konsep Maqashid Syariah

Kata *maqashid* adalah jamak dari kata *maqshud* (*qasada-yaqshudu-qashdan-maqshadan*) yang artinya tujuan atau kesengajaan. Sedangkan kata syariah artinya jalan menuju air atau jalan menuju sumber arah kehidupan. pengertian *maqashid syariah* adalah tujuan Allah SWT selaku penentu dan yang menetapkan syariah untuk memberikan kemaslahatan kepada manusia dengan dapat terpenuhinya kebutuhan hidup

² Nasution, *Metode Penulisan Naturalistik Kualitatif*, (Bandung: Tarsito, 1988), hlm 18

manusia yang terdiri dari *dlaruriyah*, *hajiyyah*, *tahsiniyah* sehingga manusia dapat senantiasa hidup dalam nilai kebaikan dan menjadi hamba Allah yang lebih baik dan berkualitas.³

- a. *Maqashid dharuriyat* yaitu tingkatan masalah tertinggi sebagai pemenuhan kebutuhan primer. Apabila pada tingkatan ini tidak terpenuhi, maka akan dapat mengancam keselamatan dunia dan akhirat. Masalah *dharuriyat* dalam Islam dapat dilihat dari dua hal. Pertama, pada realisasi dan perwujudannya contohnya yaitu dengan menjaga agama yang dilakukan dengan menjalankan segala kewajiban agama. Kedua, yakni dengan memelihara kelestariannya yaitu dengan berjuang melawan musuh-musuh Islam.⁴ Dalam tingkatan ini, terdapat lima perkara yang harus diperhatikan dan dijaga, yaitu (*hifzdu diin*) atau menjaga agama, (*hifzdu nafs*) atau menjaga jiwa, (*hifzdu aql*) atau menjaga akal, (*hifzdu nasl*) atau menjaga keturunan, dan (*hifzdu maal*) atau menjaga harta.
- b. Tingkatan selanjutnya yaitu *maqashid hajiyyat* atau pemenuhan kebutuhan sekunder. Jika *maqashid hajiyyat* ini tidak bisa terpenuhi maka tidak sampai akan mengancam keselamatan manusia tetapi bisa jadi dapat menimbulkan kesulitan. *Maqashid hajiyyat* bertujuan dengan kegiatan muamalah untuk memudahkan manusia.
- c. Tingkatan terakhir yaitu *maqashid tahsiniyat* atau pemenuhan kebutuhan pelengkap. Sebagai pelengkap dari tingkatan sebelumnya, maka apabila tidak terpenuhi disini juga tidak mengancam keselamatan hidup manusia dan tidak akan menimbulkan kesulitan. Contohnya seperti kebudayaan, kebiasaan, dan aturan yang berlaku di masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan manusia.⁵

Maksud dan Tujuan Syariah (Konsep Masalah)

³ Busyro, *Maqashid Al-syariah: Pengetahuan Mendasar Memahami Masalah*, Jakarta: Kencana, 2019, hlm. 11

⁴ Yayan Fauzi, *Manajemen Pemasaran perspektif Maqashid Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vo. 1 No.3, 2015, hlm.145

⁵ Diniarti Novi Wulandari, *Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Maqashid Syariah pada Marketplace Bukalapak.com*, Jurnal Master of Management, 2017, hlm.13

Dalam tujuan mencapai kemaslahatan dan menjaga manusia, setiap hukum syariah dalam Islam mempunyai *'illah* atau sebab atau alasan dan ada tujuan atau *maqashid*. Menurut Ibnu Qayyim al-Jawziyyah dalam Jasser Audah mengatakan bahwa syariah adalah upaya pencapaian perlindungan setiap insan didunia dan akhirat.⁶ Oleh karena itu, syariah merupakan kumpulan dari keadilan, kedamaian, kebijaksanaan, dan kebaikan. Setiap aturan yang melanggar segala hal tersebut adalah aturan yang tidak mengikuti syariah. Dari sini dapat disimpulkan bahwa tujuan akhir dari *maqashid syariah* adalah tercapainya *maslahah* dalam kehidupan manusia.⁷ Tujuan kemaslahatan yang hendak dicapai oleh syariah bersifat umum dan universal. Bersifat umum artinya hal-hal tersebut untuk keseluruhan atau kolektif, bukan hanya untuk pribadi. Bersifat universal artinya kemaslahatan tersebut berlaku bukan hanya untuk jenjang masa tertentu saja, namun juga sepanjang waktu dan sepanjang masa dalam kehidupan manusia. Jadi *maqashid syariah* bertujuan untuk tercapainya kemaslahatan, dimana manusia sebagai makhluk sosial yang harus bertanggung jawab atas dirinya sendiri dan kepada Allah.⁸

PEMBAHASAN

Tujuan Muamalah Dalam Pemasaran Islam

Kegiatan muamalah sebagai aktivitas ekonomi dalam Islam dianjurkan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan manusia. Konsep muamalah pada dasarnya sebagai semua bentuk muamalah/bisnis yang boleh dilakukan kecuali terdapat dalil yang mengharamkannya. Dalam hal ini segala apapun apabila tidak sesuai dengan aturan atau dilarang oleh hukum syariah Islam adalah mutlak dilarang. Jika hal ini dapat dijamin dan tidak akan ada pelanggaran terhadap prinsip muamalah, maka hukum Islam membolehkan segala bentuk transaksi komersial untuk menghindari perilaku yang tidak pantas dalam bisnis (termasuk produksi, peyediaan, dan

⁶ Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Syariah*,... hlm. 41

⁷ Syaifulloh, *Perdagangan Terlarang Menurut Islam dalam Tinjauan Maqashid Syariah*, Jurnal Hunafa Vol.4 No.3, 2007, hlm.224

⁸ Maghfira Julietta, *Kesejahteraan Pedagang pasar Syariah A-Zaitun I Surabaya dalam Perspektif Maqashid Syariah*, Jurnal Ekonomi syariah Teori dan Terapan Vol.7 No.11, 2020, hlm.2136

pemasaran untuk memasukkannya ke dalam produk yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Al-Qur'an mengatur kegiatan kehidupan atau muamalah salam berbagai bentuk termasuk etika dalam perdagangan, penjualan, atau pemasaran. Dalam Surat an-Nisa' yang dijelaskan sebelumnya, sangat relevan sebagai petunjuk dalam pelaksanaan tugas pemasaran, karena pemasaran merupakan bagian penting dari perusahaan. Sifat yang dapat diteladani dari Rasulullah dalam melakukan bisnis atau berdagang antara lain selalu jujur, dapat dipercaya, bijaksana, dan komunikatif dalam menyampaikan. Beriringan dengan sifat yang dicontohkan Nabi tersebut, terdapat 3 konsep dasar dalam marketing syariah, yaitu:⁹

- a. *Mind-share*, yaitu dengan berfikir kreatif, inovatif dan bijaksana untuk menemukan suatu ide atau inovasi dalam memasarkan produk atau jasa perusahaan
- b. *Market share*, yaitu bentuk usaha produsen dalam memengaruhi pasar dengan startagei melalui tulisan, gambar, atau ucapan yang baik dan santun
- c. *Value heart*, yaitu strategi yang dilandaskan pada nilai-nilai agama dan dilaksanakan dengan sepenuh hati dalam segala transaksi hingga mampu memuaskan konsumen.

Pentingnya Maqashid Syariah Dalam Praktik Pemasaran dan Perdagangan Islam

Islam merupakan agama yang mampu menyeimbangkan antara kebutuhan di dunia dan kebutuhan di akhirat kelak, antara hubungan vertical dengan Allah dan hubungan horizontal antara manusia. Islam dalam segala aspek haruslah senantiasa didasari sebagai bentuk semangat menjlankan ibadah kepada Allah SWT. Kegiatan pemasaran sebaiknya dilakukan sebagai bentuk usaha untuk meraih kesejahteraan dan kemaslaahatan bersama, bukan untuk kepentingan individu atau golongan sesaat. Secara detail dalam pemasaran Islam agar dapat tercapainya maqashid syariah demi tujuan kemaslaahatan dan agar bernilai ibadah, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:¹⁰

⁹ Ihsan Bayanullah, *Marketing Syariah*, Yogyakarta: Deepublish, 2019, hlm. 9

¹⁰ Yayan Fauzi, *Manajemen Pemasaran perspektif Maqashid Syariah*,..hlm.156

1. Etika pemasaran dalam konteks produk, bahwa sebuah produk yang dihasilkan setidaknya harus memenuhi hal berikut:
 - a. Produk yang halal dan thoyib
 - b. Produk yang ekonomis
 - c. Produk yang bermanfaat dan dibutuhkan
 - d. Produk yang mempunyai nilai tambah tinggi
 - e. Produk yang dapat memuaskan masyarakat
2. Etika pemasaran dalam konteks harga, bahwa harga sebuah produk yang dihasilkan setidaknya harus memenuhi hal berikut:
 - a. Kebutuhan biaya produksi yang dalam batas wajar
 - b. Sebagai alat kompetisi yang sehat
 - c. Dapat diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
 - d. Keuntungan atau margin perusahaan yang layak
 - e. Dapat dijadikan sebagai alat daya tarik bagi konsumen
3. Etika Pemasaran dalam konteks distribusi
 - a. Adanya *speed* dan ketepatan waktu
 - b. Adanya keamanan dan keutuhan barang produksi
 - c. Sebagai sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat
 - d. Konsumen mendapat pelayanan tepat dan cepat
4. Etika pemasaran dalam konteks promosi
 - a. Sebagai sarana memperkenalkan barang atau produk
 - b. Dapat memberikan informasi kegunaan dan kualifikasi barang
 - c. Sebagai sarana daya tarik barang terhadap konsumen
 - d. Sebagai sumber informasi fakta yang jujur dan bernilai

Dalam praktiknya, kegiatan pemasaran biasanya dimulai dengan melakukan kegiatan riset, kemudian mendesain, menciptakan, memperkenalkan, mengomunikasikan, dan menyerahkan kepada konsumen. Sehingga dari sini akan menjadi suatu proses yang dapat memenuhi kebutuhan dan dapat memuaskan konsumen. Dalam kegiatan pemasaran, beberapa hal yang harus diperhatikan agar

tercapainya masalah dan keuntungan bersama, diantaranya¹¹; 1) Sebuah perusahaan harus dapat menjamin produknya, yang mencakup aspek material dan nonmaterial. Aspek material dapat dilihat, mutu pengolahan, mutu bahan, dan mutu penyajian. Sedangkan untuk aspek nonmaterial mencakup nilai kehalalan dan keislaman dalam penyajian. Dalam hal makanan, perusahaan tentunya harus dapat menjamin makan yang diproduksi halal dan thoyib. Makanan yang halal dan baik akan menjadi daging dan darah yang mengalir di tubuh manusia dan akan memengaruhi ketaatan seseorang kepada Allah. Kegiatan konsumsi suatu produk atau jasa yang baik menuntun manusia kepada ketaqwaan setidaknya harus memenuhi tiga syarat, yaitu mulai dari bahan baku atau materi yang halal, proses pengelolaan yang bersih, serta bentuk penyajian yang islami, 2) Kebermanfaatan suatu produk. Sebuah perusahaan tentunya diharapkan dapat menghasilkan suatu produk atau barang yang memberikan benefit atau bermanfaat bagi konsumen. Suatu produk akan berhasil dan bermanfaat apabila dapat memberikan dampak yang baik dan memiliki nilai manfaat bagi konsumen, 3) Perusahaan diharapkan dapat menjelaskan dan menguasai tentang target atau sasaran atau konsumen dari produk yang dimiliki. Produsen harus bisa mengetahui target konsumen dan dapat menjelaskan kepada konsumen tentang produk perusahaan yang dimiliki.

KESIMPULAN

Segala sesuatu termasuk kegiatan perdagangan yang dijalankan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang diatur oleh agama akan mempunyai nilai ibadah sehingga bukan hanya keuntungan materil yang akan didapatkan, namun juga sebagai jalan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Hal inilah yang menjadikan karakteristik yang membedakan antara perdagangan Islam dengan lainnya, dimana perdagangan Islam dilakukan dengan prinsip kejujuran bersumber dari nilai agama Islam, dimana tidak mengenal keuntungan dengan merugikan orang lain. Aspek spiritual salah satunya kejujuran yang dimiliki dan diterapkan dalam praktek perdagangan maka keuntungan akan terlihat kepada semua pihak dan tidak ada

¹¹ Tati Handayani, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*,... hlm.22

yang merasa dirugikan. Kegiatan pemasaran sebaiknya dilakukan sebagai bentuk usaha untuk meraih kesejahteraan dan kemaslaahatan bersama, bukan untuk kepentingan individu atau golongan sesaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bayanullah, Ihsan, *Marketing Syariah*, Yogyakarta: Deepublish, 2019
- Busyro, *Maqashid Al-syariah: Pengetahuan Mendasar Memahami Masalah*, Jakarta: Kencana, 2019
- Fauzi, Yayan, *Manajemen Pemasaran perspektif Maqashid Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vo. 1 No.3, 2015
- Fauzia, Ika Yunia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Syariah*, Jakarta: Kencana, 2014
- Handayani, Tati, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, Yogyakarta: Deepublish, 2019
- Julietta, Maghfira, *Kesejahteraan Pedagang pasar Syariah A-Zaitun I Surabaya dalam Perspektif Maqashid Syariah*, Jurnal Ekonomi syariah Teori dan Terapan Vol.7 No.11, 2020
- Syaifullah, *Perdagangan Terlarang Menurut Islam dalam Tinjauan Maqashid Syariah*, Jurnal Hunafa Vol.4 No.3, 2007
- Windari, *Perdagangan Dalam Islam*, Al-MAsharif: Jurnal ilmu Ekonomi dan Keislaman, 215
- Wulandari, Diniarti Novi, *Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Maqashid Syariah pada Marketplace Bukalapak.com*, Jurnal Master of Management, 2017
- Zatadini, Nabila, *Konsep Maqashid Syariah menurut As-Syatibi dan Kontribusinya dalam Kebijakan Fiskal*, Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol.4 No.1, 2019