

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Prinsip-Prinsip Jual Beli dan *Marketing Plan* dalam Islam

##### 1. Pengertian Jual Beli

Secara etimologi, jual beli diartikan sebagai ”*pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain)*”.<sup>16</sup> Jual beli atau perdagangan menurut bahasa berarti *al-ba’i*, *asy-syira’*, *al-tijarah* dan *al-mubadalah*<sup>17</sup>, sebagaimana Allah swt. berfirman dalam surat al-Fathir ayat 29:

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ  
تِجْرَةً لَّان تَبُورَ<sup>18</sup>

”Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapakan tjiarah (perdagangan) yang tidak akan merugi”<sup>19</sup>

<sup>16</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 73.

<sup>17</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2002), 67.

<sup>18</sup> QS. al-Fathir (35): 29.

<sup>19</sup> Depag, *al-Qur’an dan Terjemahannya*, 700.

Adapun jual beli secara terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya.

- a. Menurut ulama hanifiyah; pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan)
- b. Menurut Imam Nawawi; pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan
- c. Menurut Ibnu Qudamah; pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan milik
- d. Syaikh al-Qalyubi dalam Hasyiyahnya bahwa: "akad saling mengganti dengan harta yang berakibat kepada kepemilikan terhadap satu benda atau manfaat untuk tempo waktu selamanya dan bukan untuk *bertaqarrub* kepada Allah." Dengan kata "saling mengganti", maka tidak termasuk di dalamnya *hibah*, dan yang lain yang tidak ada saling ganti, dan dengan kata "harta" tidak termasuk akad nikah sebab walaupun ada saling ganti namun ia bukan mengganti harta dengan harta akan tetapi halalnya bersenang-senang antara suami dan istri, dan dengan kata "kepemilikan harta dan manfaatnya untuk selama-lamanya", maka tidak termasuk di dalamnya akad sewa karena hak milik dalam sewa bukan kepada bendanya akan tetapi manfaatnya. Dan tidak masuk dengan ucapan "tidak untuk *bertaqarrub* kepada Allah" seperti *hibah*, sebab ia hanya pemberian manfaat yang mubah untuk selamanya kepada pihak yang menerima namun bukan untuk *bertaqarrub* kepada Allah.<sup>20</sup>
- e. Ada juga yang mendefinisikan jual beli sebagai pemilikan terhadap harta atau manfaat untuk selamanya dengan bayaran harta. Definisi jual beli ini yang

---

<sup>20</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat, Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam* (Jakarta: Amzah, 2010), 23.

merupakan padanan kata *syira* (membeli) dan padanan sesuatu yang berbeda dan bergabung dengannya di bawah naungan dalil yang global. Dengan begitu akan terdiri dari dua bagian yang satunya adalah menjual (*al-bai'a*) dan dinamakan orang yang menjualnya sebagai *ba'i'an* (penjual) dan didefinisikan sebagai pemilikan dengan ganti dengan cara khusus, dan menjadi lawan kata *syara'* (membeli) yang merupakan bagian kedua dan dinamakan orang yang melakukannya sebagai pembeli dan didefinisikan sebagai pemilikan dengan ganti juga. Diistilahkan dengan kata *tamlik* (pemberian hak milik) dan *tamalluk* (memiliki) adalah dengan melihat makna secara syar'i. dan *Tamlik* adalah masuknya hak milik ke tangan pembeli dan ini tidak akan tercapai hanya dengan ijab dari penjual akan tetapi harus dengan *qabul* (penerimaan) dari pihak pembeli, dan ada bisa jadi maksud dari *tamlik* adalah pindahnya hak dari pihak penjual. Adapun definisi sebagian ulama yang mengatakan jual beli adalah menukar satu harta dengan harta yang lain dengan cara khusus merupakan definisi yang bersifat toleran karena menjadikan jual beli sebagai saling menukar, sebab pada dasarnya akad tidak harus ada saling tukar akan tetapi menjadi bagian dari konsekuensinya, kecuali jika dikatakan: "Akad yang mempunyai sifat saling tukar menukar artinya menuntut adanya satu pertukaran."<sup>21</sup>

Oleh sebab itu, sebagian ulama mendefinisikan jual beli secara syar'i sebagai akad yang mengandung sifat menukar satu harta dengan harta yang lain dengan cara khusus. Bantahan ini kemudian dijawab, sebenarnya definisi jual

---

<sup>21</sup> Azzam, *Fiqh Muamalat*, 25.

beli adalah akad yang mempunyai saling menukar yaitu dengan cara menghilangkan *mudhaf* (kata sandaran).

Dari beberapa definisi di atas dapat dipahami bahwa inti jual beli ialah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan *syara'* dan disepakati.

Sesuai dengan ketetapan hukum maksudnya ialah memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun, dan hal-hal lain yang ada kaitannya dengan jual beli sehingga bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak *syara'*.

Benda dapat mencakup pengertian barang dan uang, sedangkan sifat benda tersebut harus dapat dinilai, yakni benda-benda yang berharga dan dapat dibenarkan penggunaannya menurut *syara'*. Benda itu adakalanya bergerak (dipindahkan) dan ada kalanya tetap (tidak dapat dipindahkan), ada yang dapat dibagi-bagi, ada kalanya tidak dapat dibagi-bagi, ada harta yang ada perumpamaannya (*mitsli*) dan tak ada yang menyerupainya (*qimi*) dan yang lain-lainnya. Penggunaan harta tersebut dibolehkan sepanjang tidak dilarang *syara'*. Benda-benda seperti alkohol, babi, dan barang terlarang lainnya haram diperjualbelikan sehingga jual beli tersebut dipandang batal dan jika dijadikan harga penukar, maka jual beli tersebut dianggap *fasid*.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Nana Masduki, *Fiqih Mu'amalatul Madiyah*, (Bandung: IAIN Sunan Gunung Jati, 1987), 5.

Jual beli menurut ulama malikiyah ada dua macam, yaitu jual beli yang bersifat umum dan jual beli yang bersifat khusus. Jual beli dalam arti umum ialah suatu perikatan tukar-menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan kenikmatan. Perikatan adalah akad yang mengikat dua belah pihak. Tukar-menukar yaitu salah satu pihak menyerahkan ganti penukaran atas sesuatu yang ditukarkan oleh pihak lain. dan Sesuatu yang bukan manfaat ialah bahwa benda yang ditukarkan adalah *dzat* (berbentuk), ia berfungsi sebagai objek penjualan, jadi bukan manfaatnya atau bukan hasilnya.

Jual beli dalam arti khusus ialah ikatan tukar-menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan bukan pula kelezatan yang mempunyai daya tarik, penukarannya bukan emas dan bukan pula perak, bendanya dapat direalisasikan dan ada seketika (tidak ditangguhkan), tidak merupakan utang baik barang itu dihadapan si pembeli maupun tidak, barang yang sudah diketahui sifat-sifatnya atau sudah diketahui terlebih dahulu.<sup>23</sup>

## 2. Dasar-dasar Jual Beli

Jual beli telah disahkan oleh al-Quran, sunnah dan ijma' ulama'.

Dalil hukum jual beli di dalam al-Qur'an, diantaranya terdapat pada surat al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ

<sup>23</sup> Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 70.

مَنْ رَبِّهِ فَاَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا

خَالِدُونَ<sup>24</sup>

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”<sup>25</sup>

Surat al-Baqarah ayat 282:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ ۚ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْعَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۚ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ ۚ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ<sup>26</sup>

”Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan

<sup>24</sup> QS. al-Baqarah (2): 275.

<sup>25</sup> Depag, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, 69.

<sup>26</sup> QS. al-Baqarah (2): 282.

menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua orang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu”.<sup>27</sup>

Surat an-Nisa' ayat 29:

يَتَأَيُّهَا يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا<sup>28</sup>

“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”.<sup>29</sup>

Surat al-Fathir ayat 29:

إِنَّ يَرْجُونَ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ<sup>30</sup>

“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami anuge- rahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi”.<sup>31</sup>

<sup>27</sup> Depag, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, 70.

<sup>28</sup> QS. an-Nisa (4): 29.

<sup>29</sup> Depag, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, 122.

<sup>30</sup> QS. al-Fathir (35): 29.

<sup>31</sup> Depag, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, 700.

Adapun dalil sunnah diantaranya adalah hadits yang diriwayatkan dari Rasulullah SAW, beliau bersabda:

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ . (رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ)

”Sesungguhnya jual beli itu atas dasar saling ridha.” (HR.Bukhari)<sup>32</sup>

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ : أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ . رَوَاهُ الْبَزَّازُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

”Rasulullah saw pernah ditanya, ’Pekerjaan apakah yang paling utama?’ Beliau menjawab, ’Pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri, dan semua perniagaan yang baik’.”<sup>33</sup>

Jual beli yang *mabrur* adalah setiap jual beli yang tidak ada dusta dan khianat, sedangkan dusta itu adalah penyamaran dalam barang yang dijual, dan penyamaran itu adalah menyembunyikan aib barang dari penglihatan pembeli. Adapun makna khianat ia lebih umum dari itu sebab selain menyamarkan bentuk barang yang dijual, sifat, atau hal-hal luar seperti dia menyifatkan dengan sifat yang tidak benar atau memberi tahu harga yang dusta.<sup>34</sup>

Jual beli menurut Ijma’ Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.

<sup>32</sup> Nashiruddin al-Albani, “*Shahih Bukhari*”, diterjemahkan M. Faisal dan Thahirin Saputra, *Ringkasan Shahih Bukhari*, Jilid 3 (Cet.I; Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), 66.

<sup>33</sup> Nashiruddin al-Albani, “*Shahih at-Tarhib wa at-Tarhib*”, diterjemahkan Izzudin Karimi, Mustofa Aini dan Kholid Samhudi, *Shahih at-Tarhib wa at-Tarhib*, Jilid.4 (Cet.I; Jakarta: Pustaka Sahifa, 2008), 39.

<sup>34</sup> Azzam, *Fiqh Muamalat*, 27.



### 3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Dalam melaksanakan jual beli, terdapat rukun dan syarat yang harus dipenuhi. Secara bahasa, rukun adalah yang harus dipenuhi untuk sahnya suatu pekerjaan, sedangkan syarat adalah ketentuan (peraturan, petunjuk) yang harus diindahkan dan dilakukan. Dalam syariah, rukun dan syarat sama-sama menentukan sah atau tidaknya suatu transaksi. Secara definisi, rukun adalah suatu unsur yang merupakan bagian tak terpisahkan dari suatu perbuatan atau lembaga yang menentukan sah atau tidaknya perbuatan tersebut dan ada atau tidak adanya sesuatu itu. Definisi syarat adalah sesuatu yang tergantung padanya keberadaan hukum syar'i dan ia berada di luar hukum itu sendiri, yang ketiadaannya menyebabkan hukum-pun tidak ada. Perbedaan antara rukun dan syarat menurut ulama ushul fiqh, bahwa rukun merupakan sifat yang kepadanya tergantung keberadaan hukum dan ia termasuk dalam hukum itu sendiri, sedangkan syarat merupakan sifat yang kepadanya tergantung keberadaan hukum, tetapi ia berada di luar hukum itu sendiri. Sebagai contoh, rukuk dan sujud adalah rukun shalat. Ia merupakan bagian dari shalat itu sendiri. Jika tidak ada rukuk dan sujud dalam shalat, maka shalat itu batal, tidak sah. Syarat shalat salah satunya adalah wudhu. Wudhu merupakan bagian di luar shalat, tetapi dengan tidak adanya wudhu, shalat menjadi tidak sah.<sup>35</sup>

Pendapat mengenai rukun akad jual beli dalam hukum Islam beraneka ragam di kalangan para ahli fiqh. Di kalangan mazhab Hanafi berpendapat, bahwa rukun akad hanya *sighat*, yaitu ijab dan kabul. Sedangkan syarat akad adalah subjek

---

<sup>35</sup> Dewi dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, 49.

akad dan objek akad. Alasannya adalah subjek dan objek akad merupakan bagian dari *tasharruf aqad* (perbuatan hukum akad). Kedua hal tersebut berada di luar perbuatan akad. Berbeda halnya dengan pendapat dari kalangan mazhab Syafi'i termasuk Imam Ghazali dan kalangan mazhab Maliki termasuk Syihab al-Karakhi, bahwa subjek dan objek akad termasuk rukun akad karena kedua hal tersebut merupakan salah satu pilar utama dalam tegaknya akad.

Jumhur ulama' berpendapat bahwa rukun akad adalah *al-aqidain*, *mahallul 'aqd*, dan *sighat al-'aqd*. Selain ketiga rukun tersebut, Musthafa az-Zarqa menambah *maudhu'ul 'aqd* (tujuan akad). Ia tidak menyebut keempat hal tersebut dengan rukun, tetapi dengan *muqawimat 'aqd* (unsur-unsur penegak akad). Sedangkan menurut T. M. Hasbi Ash-Shiddiqy, keempat hal tersebut merupakan komponen-komponen yang harus dipenuhi untuk terbentuknya suatu akad.<sup>36</sup>

Sedangkan dalam jual beli terdapat empat macam syarat, yaitu syarat terjadinya akad (*in'iqad*), syarat sahnya akad, syarat terlaksananya akad (*nafadz*), dan syarat *luzum*. Secara umum tujuan adanya semua syarat tersebut antara lain untuk menghindari pertentangan di antara manusia, menjaga kemaslahatan orang yang sedang akad, menghindari jual beli *gharar* (terdapat unsur penipuan), dan lain-lain.<sup>37</sup>

Jika jual-beli tidak memenuhi syarat terjadinya akad, akad tersebut batal. Jika tidak memenuhi syarat sah, menurut ulama hanifiyah akad tersebut *fasid*. Jika tidak memenuhi syarat *nafadz*, akad tersebut *mauquf* yang cenderung boleh, bahkan menurut ulama malikiyah cenderung kepada kebolehan. Jika tidak

<sup>36</sup> Dewi dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, 51.

<sup>37</sup> Syafei, *Fiqh Muamalah*, 76.

memenuhi syarat *luzum*, akad tersebut *mukhawayir* (pilih-pilih), baik *khiyar* untuk menetapkan maupun membatalkan.

Di antara ulama fiqih berbeda pendapat dalam menetapkan persyaratan jual beli. Di bawah ini dibahas sekilas pendapat setiap madzhab tentang persyaratan jual beli tersebut.

a. Menurut Ulama Hanafiyah<sup>38</sup>

Persyaratan yang ditetapkan oleh ulama hanabilah berkaitan dengan syarat jual beli adalah:

1) Syarat terjadinya akad

Adalah syarat-syarat yang telah ditetapkan syara'. Jika persyaratan ini tidak terpenuhi, jual beli batal. Tentang syarat ini, ulama hanafiyah menetapkan empat syarat, yaitu sebagai berikut.

a) Syarat *Aqid* (orang yang akad)

*Aqid* harus memenuhi persyaratan sebagai berikut;

berakal dan *mumayyiz*, Ulama Hanafiyah tidak mensyaratkan harus *baligh*.

*Tasharruf* yang boleh dilakukan oleh anak *mumayyiz* dan berakal secara umum terbagi tiga: *Tasharruf* yang bermanfaat secara murni seperti *hibah*, *tasharruf* yang tidak bermanfaat secara murni seperti tidak sah talak oleh anak kecil, *tasharruf* yang berada di antara kemanfaatan dan kemadaratan yaitu aktifitas yang boleh dilakukan tetapi atas seizin wali.

Selain itu *aqid* harus berbilang, sehingga tidaklah sah akad dilakukan seorang diri. Minimal dilakukan dua orang, yaitu pihak yang menjual dan membeli.

---

<sup>38</sup> Syafei, *Fiqh Muamalah*.77.

## b) Syarat dalam akad

Syarat ini hanya satu yaitu harus sesuai antara ijab dan qabul. Namun demikian dalam ijab qabul terdapat tiga syarat, yang pertama yakni tentang ahli akad. Menurut ulama hanafiyah seorang anak yang berakal dan *mumayyiz* (berumur tujuh tahun tetapi belum baligh) dapat menjadi ahli akad). Ulama malikiyah dan hanabilah berpendapat bahwa akad anak *mumayyiz* bergantung pada izin walinya. Adapun menurut ulama syafi'iyah anak *mumayyiz* yang belum *baligh* tidak dibolehkan melakukan akad sebab ia belum dapat menjaga agama dan hartanya (masih bodoh).

Allah swt. berfirman dalam surat an-Nisa' ayat 5:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا<sup>39</sup>

”Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.”<sup>40</sup>

Sebagian ulama ada yang berpendapat bahwa yang disebut orang-orang yang belum sempurna akalnya pada ayat di atas adalah anak yatim yang masih kecil atau orang dewasa yang tidak mampu mengurus hartanya.

Yang kedua, yakni qabul harus sesuai dengan ijab. Sedangkan yang ketiga yakni ijab dan qabul harus bersatu yakni berhubungan antara ijab dan qabul walaupun tempatnya tidak bersatu.

<sup>39</sup> QS. an-Nisa' (4): 5.

<sup>40</sup> Depag, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, 115.

## c) Tempat akad

Harus bersatu atau berhubungan antara ijab dan qabul

d) *Ma'qud 'alaih* (objek akad)

Harus memenuhi empat syarat, yang pertama *ma'qud 'alaih* harus ada tidak boleh akad atas barang-barang yang tidak ada atau yang dikhawatirkan tidak ada seperti jual beli buah yang belum tampak atau jual beli anak hewan yang masih dalam kandungan. Secara umum dalil yang digunakan sebagaimana diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim bahwa Rasulullah saw melarang jual beli buah yang belum tampak hasilnya.

Yang kedua, harus kuat, tetap, dan berniali yakni benda yang mungkin dimanfaatkan dan disimpan. Yang ketiga, benda tersebut milik sendiri dan yang keempat, dapat diserahkan.

## 2) Syarat pelaksanaan akad

## a) Benda dimiliki aqid atau berkuasa untuk akad

b) Pada benda tidak terdapat milik orang lain. Oleh karena itu, tidak boleh menjual barang sewaan atau barang gadai sebab barang tersebut bukan miliknya sendiri, kecuali kalau diizinkan oleh pemilik sebenarnya, yakni jual beli yang ditangguhkan (*mauquf*).

## 3) Syarat sah akad

Syarat ini terbagi atas dua bagian, yaitu umum dan khusus:

## a) Syarat umum

Adalah syarat-syarat yang berhubungan dengan semua bentuk jual beli yang telah ditetapkan syara'. Diantaranya adalah syarat-syarat yang telah

disebutkan di atas. Juga harus terhindar kecacatan jual beli yaitu ketidakjelasan, keterpaksaan, pembatasan dengan waktu, penipuan (*gharar*), kemadaratan, dan persyaratan yang merusak lainnya.

b) Syarat khusus

Adalah syarat-syarat yang hanya ada pada barang-barang tertentu. Jual beli ini harus memenuhi persyaratan berikut: barang yang diperjualbelikan harus dapat dipegang yaitu pada jual beli benda yang harus dipegang sebab apabila dilepaskan akan rusak atau hilang, harga awal harus diketahui yaitu pada jual beli amanat, serah terima benda dilakukan sebelum berpisah yaitu pada jual beli yang bendanya ditempat, terpenuhi syarat penerimaan, harus seimbang dalam ukuran timbangan yaitu dalam jual beli yang memakai ukuran atau timbangan, barang yang diperjual belikan sudah menjadi tanggung jawabnya oleh karena itu tidak boleh menjual barang yang masih berada di tangan penjual.

4) Syarat *luzum* (kemestian)

Syarat ini hanya ada satu yaitu akad jual beli harus terlepas atau terbebas dari *khiyar* (pilihan) yang berkaitan dengan kedua pihak yang akad dan akan menyebabkan batalnya akad.

b. Madzhab Maliki<sup>41</sup>

Syarat-syarat yang dikemukakan oleh Ulama Malikiyah yang berkenaan dengan *aqid* (orang yang berakad), *sighat* dan *mauqud 'alaih* (barang) berjumlah 11 syarat:

---

<sup>41</sup> Syafei, *Fiqh Muamalah*, 80.

### 1) Syarat *Aqid*

Adalah penjual dan pembeli. Dalam hal ini terdapat tiga syarat, ditambah satu bagi penjual:

- a) Penjual dan pembeli harus *mumayyiz*
- b) Keduanya merupakan pemilik barang atau yang dijadikan wakil
- c) Keduanya dalam keadaan sukarela. Jual beli berdasarkan paksaan adalah tidak sah
- d) Penjual harus sadar dan dewasa

Ulama Malikiyah tidak mensyaratkan harus Islam bagi *aqid* kecuali dalam membeli hamba yang muslim dan membeli *mushaf*. Begitu pula dipandang *shahih* jual beli orang yang buta.

### 2) Syarat dalam *sighat*

- a) Tempat akad harus bersatu
- b) Pengucapan ijab dan qabul tidak terpisah

Diantara ijab dan qabul tidak boleh ada pemisah yang mengandung unsur penolakan dari salah satu *aqid* secara adat.

### 3) Syarat harga dan yang dihargakan

- a) Bukan barang yang dilarang syara'
- b) Harus suci, maka tidak dibolehkan menjual khamr dan lain-lain
- c) Bermanfaat menurut pandangan syara'
- d) Dapat diketahui oleh kedua orang yang akad
- e) Dapat diserahkan

c. Madzhab Syafi'i<sup>42</sup>

Ulama Syafi'iyah mensyaratkan 22 syarat, yang berkaitan dengan *aqid*, *sighat*, dan *ma'qud alaih*. Persyaratan tersebut adalah:

1) Syarat *aqid*

a) Dewasa atau sadar

*Aqid* harus *baligh* dan berakal, menyadari dan mampu memelihara agama dan hartanya. Dengan demikian akad anak *mumayyiz* dipandang belum sah.

b) Tidak dipaksa atau tanpa hak

c) Islam

Dipandang tidak sah, orang kafir yang membeli kitab al-Qur'an atau kitab-kitab yang berkaitan dengan agama, seperti hadis, kitab-kitab fiqih, dan juga yang membeli hamba yang muslim. Hal itu didasarkan antara lain pada firman Allah surat an-Nisa ayat 141:

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ بِكُمْ فَإِنْ كَانَ لَكُمْ فَتْحٌ مِّنَ اللَّهِ قَالُوا أَلَمْ نَكُنْ مَعَكُمْ وَإِنْ كَانَ لِلْكَافِرِينَ نَصِيبٌ قَالُوا أَلَمْ نَسْتَحِذْ عَلَيْكُمْ وَنَمْنَعُكُم مِّنَ الْمُؤْمِنِينَ فَاللَّهُ يَحْكُمُ بَيْنَكُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَن يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا<sup>43</sup>

“(yaitu) orang-orang yang menunggu-nunggu (peristiwa) yang akan terjadi pada dirimu (hai orang-orang mukmin). Maka jika terjadi bagimu kemenangan dari Allah mereka berkata: "Bukankah Kami (turut berperang) beserta kamu?" dan jika orang-orang kafir mendapat keberuntungan (kemenangan) mereka berkata: "Bukankah Kami turut memenangkanmu, dan membela kamu dari orang-orang mukmin?" Maka Allah akan memberi keputusan di antara kamu di hari kiamat dan Allah sekali-kali tidak akan memberi jalan kepada orang-orang kafir untuk memusnahkan orang-orang yang beriman.”<sup>44</sup>

<sup>42</sup> Syafei, *Fiqih Muamalah*, 81.

<sup>43</sup> QS. an-Nisa' (4): 141.

<sup>44</sup> Depag, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, 141.



d) Pembeli bukan musuh

Umat Islam dilarang menjual barang khususnya senjata kepada musuh yang akan digunakan untuk memerangi dan menghancurkan kaum muslimin.

2) Syarat *sighat*

a) Berhadap-hadapan

Pembeli atau penjual harus menunjukkan shigat akadnya kepada orang yang sedang bertransaksi dengannya, yakni harus sesuai dengan orang yang dituju.

b) Ditujukan kepada seluruh badan yang akad

Tidak sah mengatakan, "Saya menjual barang ini kepada kepala atau tangan kamu."

c) Qabul diucapkan oleh orang yang dituju dalam ijab

d) Harus menyebutkan barang atau harga

e) Ketika mengucapkan sighat harus disertai niat (maksud)

f) Pengucapan ijab dan qabul harus sempurna

g) Ijab qabul tidak terpisah

h) Antara ijab dan qabul tidak terpisah dengan pernyataan lain

i) Tidak berubah lafadz

j) Bersesuaian antara ijab dan qabul secara sempurna

k) Tidak dikaitkan dengan sesuatu yang tidak ada hubungannya dengan akad

l) Tidak dikaitkan dengan waktu

3) Syarat *ma'qud alaih* (barang)

- a) Suci
- b) Bermanfaat
- c) Dapat diserahkan
- d) Barang milik sendiri atau menjadi wakil orang lain
- e) Jelas dan diketahui oleh kedua orang yang melakukan akad

**d. Madzhab Hambali**<sup>45</sup>

Menurut Ulama hanabilah, persyaratan jual beli terdiri atas 11 syarat baik dalam *aqid, shigat dan ma'qud 'alaih*

1) Syarat *aqid*

a) Dewasa

*Aqid* harus dewasa (*baligh* dan berakal), kecuali pada jual beli barang-barang yang sepele atau telah mendapat izin dari walinya dan mengandung unsur kemaslahatan.

b) Ada keridaan

Masing-masing *aqid* harus saling meridai, yaitu tidak ada unsur paksaan kecuali jika dikehendaki oleh mereka, seperti hakim atau penguasa.

Ulama Hanabilah menghukumi makruh bagi orang yang menjual barangnya karena terpaksa atau karena kebutuhan yang mendesak dengan harga di luar harga lazim.

2) Syarat *sighat*

a) Berada di tempat yang sama

---

<sup>45</sup> Syafei, *Fiqh Muamalah*, 83.

- b) Tidak terpisah, antara ijab dan qabul tidak terdapat pemisah yang menggambarkan adanya penolakan
  - c) Tidak dikaitkan dengan sesuatu, akad tidak boleh dikaitkan dengan sesuatu yang tidak berhubungan dengan akad
- 3) Syarat *mauqud 'alaih*
- a) Harus berupa harta

*Ma'qud alaih* adalah barang-barang yang bermanfaat menurut pandangan syarat. Adapun barang-barang yang tidak bermanfaat hanya dibolehkan jika dalam keadaan terpaksa, misalnya membeli khamar sebab tidak ada lagi air lainnya. Dibolehkan pula membeli burung karena suaranya bagus.
  - b) Milik penjual secara sempurna

Dipandang tidak sah jual beli *fudhul*, yakni menjual barang tanpa seijin pemiliknya.
  - c) Barang dapat diserahkan ketika akad
  - d) Barang diketahui oleh penjual dan pembeli *ma'qud alaih*, harus jelas dan diketahui kedua pihak yang melangsungkan akad. Namun demikian dianggap sah jual beli orang yang buta.
  - e) Harga diketahui oleh kedua pihak yang akad
  - f) Terhindar dari unsur-unsur yang menjadikan akad tidak sah. Barang, harga, dan *aqid* harus terhindar dari unsur-unsur yang menjadikan akad tersebut menjadi tidak sah seperti riba.

#### 4. Macam-Macam Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi hukumnya, jual beli ada dua macam, jual beli yang sah menurut hukum dan batal menurut hukum, dari segi objek jual beli dan segi pelaku jual beli.

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli dibagi menjadi tiga bentuk<sup>46</sup>:

a. Jual beli benda yang kelihatan

Jual beli benda yang kelihatan ialah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjualbelikan ada di depan penjual dan pembeli. Hal ini lazim dilakukan masyarakat banyak dan boleh dilakukan, seperti membeli beras di pasar.

b. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam janji

Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian adalah jual beli *salam* (pesanan). Menurut kebiasaan para pedagang *salam* adalah untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), *salam* pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.

c. Jual beli benda yang tidak ada

Jual beli benda yang tidak ada serta tidak dapat dilihat ialah jual beli yang dilarang oleh agama Islam karena barangnya tidak tentu atau masih gelap sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan

---

<sup>46</sup> Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 75.

yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak. Sementara itu, merugikan dan menghancurkan harta benda seseorang tidak diperbolehkan.

Ditinjau dari segi pelaku akad (subjek), jual beli terbagi menjadi tiga bagian, dengan lisan, dengan perantara, dan dengan perbuatan.<sup>47</sup>

- a. Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan oleh kebanyakan orang. Bagi orang bisu diganti dengan isyarat karena isyarat merupakan pembawaan alami dalam menampakkan kehendak. Hal yang dipandang dalam akad adalah maksud atau kehendak dan pengertian, bukan pembicaraan dan pernyataan.
- b. Penyampaian akad jual beli melalui perantara, utusan, tulisan, atau surat-menyerat sama halnya dengan ijab qabul dengan ucapan, misalnya via pos dan giro. Jual beli ini dilakukan antara penjual dan pembeli tidak berhadapan dalam satu majelis akad, tetapi melalui pos dan giro, jual beli seperti ini dibolehkan menurut syara'. Dalam pemahaman sebagian Ulama bentuk ini hampir sama dengan bentuk jual beli salam, hanya saja jual beli salam antara penjual dan pembeli saling berhadapan dalam satu majelis akad., sedangkan dalam jual beli via pos dan giro antara penjual dan pembeli tidak berada dalam satu majelis akad.
- c. Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah *mu'athah* yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa ijab dan qabul, seperti seseorang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label harganya, dibandrol oleh penjual dan kemudian diberikan uang pembayarannya kepada

---

<sup>47</sup> Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 76.

penjual. Jual beli dengan cara demikian dilakukan tanpa sighat ijab qabul antara penjual dan pembeli, menurut sebagian Syafi'iyah tentu hal ini dilarang sebab ijab qabul sebagai rukun jual beli. Tetapi sebagian Syafi'iyah lainnya seperti Imam Nawawi membolehkan jual beli barang kebutuhan sehari-hari dengan cara yang demikian yakni tanpa ijab qabul terlebih dahulu.<sup>48</sup>

### 5. Marketing Syari'ah

*Marketing* atau pemasaran adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syari'ah. Profesor Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai "sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk atau *value* dengan pihak lainnya". Definisi ini berdasarkan konsep-konsep inti, seperti: kebutuhan, keinginan dan permintaan, produk-produk (barang-barang, layanan dan ide), *value*, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan, pasar dan para pemasar, serta prospek.<sup>49</sup>

Sedangkan definisi pemasaran, menurut *World Marketing Association* (WMA) adalah "pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari satu inisiator kepada stakeholder-nya."

Maka, syariaah *marketing* adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu

<sup>48</sup> Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 76.

<sup>49</sup> Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariaah Marketing* (Bandung: Mizan Media Utama, 2006), 25.

inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Definisi tersebut didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis islami yang tertuang dalam kaidah fiqih yang mengatakan "kaum Muslim terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram". Selain itu, kaidah fiqih lain mengatakan "pada dasarnya semua bentuk muamalah (bisnis) boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya".

Ini artinya bahwa dalam *marketing* syariah, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi, dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam marketing dapat dibolehkan.<sup>50</sup>

#### **6. Marketing Plan (Rencana Pemasaran)**

Rencana pemasaran (*marketing plan*) merupakan pernyataan tertulis tentang suatu strategi pemasaran dan detail-detail mengenai waktu untuk melaksanakan strategi tersebut. Strategi pemasaran menetapkan pasar target dan bauran pemasaran. Strategi pemasaran adalah "gambar besar" yang menunjukkan hal-hal yang akan dilakukan perusahaan dalam pasar tertentu.<sup>51</sup> Suatu perusahaan membutuhkan visi, visi tersebut membutuhkan strategi, strategi membutuhkan

---

<sup>50</sup> Sula, *Syariah Marketing*, 27.

<sup>51</sup> Cannon & Perreault & McCarthy, *Pemasaran Dasar*, 49.

sebuah perencanaan, dan perencanaan membutuhkan tindakan.<sup>52</sup> Rencana ini harus menyebutkan hal-hal berikut secara detail:

- a. Bauran pemasaran yang ditawarkan, kepada siapa (yaitu pasar target), dan untuk berapa lama
- b. Sumber-sumber daya perusahaan (yang ditampilkan sebagai biaya) akan dibutuhkan berdasarkan waktu keperluan (misalnya dari bulan ke bulan)
- c. Hasil-hasil yang diharapkan (penjualan dan keuntungan yang dapat dinyatakan setiap bulan atau kuartal, tingkat kepuasan pelanggan, dan sejenisnya)

Rencana itu juga perlu mencakup prosedur pengendalian tertentu agar siapa pun yang melaksanakannya akan mengetahui hal-hal yang mungkin salah. Prosedur ini dapat berupa sesuatu yang sederhana seperti perbandingan antara penjualan aktual dan penjualan yang diharapkan, berikut isyarat peringatan apabila penjualan total jauh di bawah tingkat penjualan tertentu.<sup>53</sup>

Proses pembuatan marketing plan melibatkan seluruh jajaran staf di perusahaan. Bahkan seluruh unit kerja sampai pimpinan tertinggi perusahaan harus ikut terlibat, sehingga dapat menghasilkan marketing plan tepat waktu dan mampu mempertajam perilaku pemasaran perusahaan di pasar yang ada. Dalam proses pembuatan *marketing plan* dikenal adanya "*top down*" (dari atas ke bawah), yakni penetapan arah dan target perusahaan dari pimpinan perusahaan untuk dijabarkan ke dalam marketing plan oleh unit-unit di bawahnya.

Selain *top down*, dikenal juga proses *bottom up* (dari bawah ke atas) yakni penetapan sasaran usaha dari unit-unit dalam perusahaan dan disampaikan kepada

---

<sup>52</sup> Philip Kotler, *Marketing Insights From A to Z* (Jakarta: Erlangga, 2003), 127.

<sup>53</sup> E. Jerome & McCarthy & Wiliam, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1996), 38.



atasan untuk diteliti dan disetujui. Dalam proses ini pegawai diberikan keleluasaan untuk memaksimalkan pengalaman dan kemampuannya dalam menyusun marketing plan.

Kebanyakan perusahaan menggunakan kombinasi antara keduanya dengan mempertimbangkan keinginan pemimpin perusahaan untuk menuju suatu sasaran, sehingga seluruh unit usaha mendukung sasaran tersebut dan menyelaraskannya dengan program mereka dalam marketing plan dan berdasarkan persetujuan bersama.

*Marketing plan* bisa baik jika setiap orang yang terlibat mematuhi dan disiplin terhadap apa yang sudah ditetapkan dan melaksanakannya sehingga apa yang digagas menjadi kenyataan yang diharapkan.<sup>54</sup>

Sebuah perencanaan pemasaran terdiri dari enam langkah: analisis situasional, tujuan-tujuan, strategi, taktik, anggaran, dan pengawasan.<sup>55</sup>

a. Analisis situasional. Di sini perusahaan mempelajari faktor-faktor makro (ekonomi, politik-hukum, sosial-budaya, teknologi) dan aktor-aktor yang terlibat (perusahaan, para pesaing, distributor, dan para pemasok) dalam lingkungan perusahaan. Perusahaan kemudian menjalankan analisa SWOT (*strengths*-kekuatan, *weaknesses*-kelemahan, *opportunities*-peluang, dan *threats*-ancaman). Namun sesungguhnya hal ini lebih baik jika disebut sebagai analisa TOWS (*threats*, *opportunities*, *weaknesses*, dan *strengths*) karena sebaiknya urutan yang dilakukan adalah dari luar kedalam dan bukannya dari dalam ke luar. SWOT memberi penekanan yang tidak semestinya pada faktor-

---

<sup>54</sup> Hudoro Sameto, *Proses Pembuatan Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004),2.

<sup>55</sup> Kotler, *Marketing Insights From A to Z*, 126.

faktor internal dan membatasi pengidentifikasian ancaman-ancaman dan peluang-peluang hanya terbatas pada hal-hal yang sepadan dengan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan.

- b. Tujuan-tujuan. Berdasarkan atas hasil pengidentifikasian peluang-peluang terbaik yang dilakukan melalui analisis situasional, perusahaan kemudian membuat peringkat atas peluang-peluang tersebut dan menetapkan sasaran-sasaran serta menyusun sebuah jadwal untuk mencapainya. Perusahaan juga menetapkan tujuan-tujuan sehubungan dengan para *stakeholder* (pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan), reputasi perusahaan, teknologi, dan hal-hal lain yang perlu diperhatikan.
- c. Strategi. Sasaran apa pun dapat dikejar dengan menggunakan berbagai macam cara. Ini adalah merupakan tugas sebuah strategi untuk memilih rangkaian tindakan-tindakan yang paling efektif dalam pencapaian tujuan.
- d. Taktik. Strategi tersebut haruslah dirinci dengan sangat mendetail berdasarkan pada 4P (*product, price, place* dan *promotion*) dan tindakan-tindakan apa yang akan diambil sesuai dengan jadwal kalender oleh orang-orang yang sudah ditentukan yang akan melaksanakan perencanaan tersebut.
- e. Anggaran. Berbagai tindakan dan aktivitas perusahaan yang sudah terencana berkaitan dengan biaya-biaya yang ditambahkan ke dalam anggaran yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan-tujuan yang sudah ditetapkan.
- f. Pengawasan. Perusahaan harus melakukan review atas periode dan membuat tolok ukur yang akan melihat apakah perusahaan membuat kemajuan yang menuju ke arah pencapaian sasaran. Jika kinerjanya tidak sesuai dengan yang

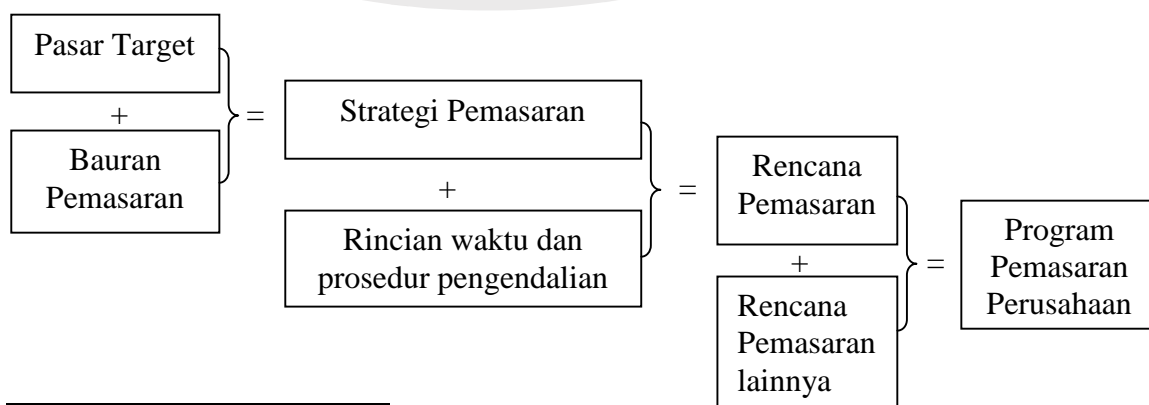
diharapkan, perusahaan harus merubah tujuan-tujuannya, strategi-strateginya, atau tindakan-tindakannya untuk memperbaiki keadaan.

Setelah rencana itu tersusun, para manajer pemasaran mengetahui hal-hal yang perlu dilakukan. Kemudian mereka memusatkan perhatian kepada pelaksanaan, yaitu penerapan rencana pemasaran. Tahap ini dapat mencakup kegiatan pemilihan karyawan dan perantara, pembagian gaji, pemilihan bahan promosi, pengupayaan dukungan dari pihak lain di dalam perusahaan dan sebagainya.

Kebanyakan perusahaan melaksanakan lebih dari satu strategi (dan rencana pemasaran terkait) pada saat yang sama. Perusahaan mungkin memiliki beberapa produk yang sebagian diantaranya cukup berbeda, yang ditujukan kepada pasar target yang berlainan. Unsur-unsur bauran pemasaran lainnya mungkin juga beragam.

Program pemasaran menggabungkan semua rencana pemasaran perusahaan menjadi satu rencana "besar". Program ini adalah tanggung jawab perusahaan secara keseluruhan.

Bagan 1  
Unsur-unsur program pemasaran perusahaan<sup>56</sup>



<sup>56</sup> Wiliam, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 38.

Akhirnya manajer pemasaran merencanakan dan melaksanakan program pemasaran secara keseluruhan. Akan tetapi agar praktis setiap strategi pemasaran harus direncanakan secara seksama satu demi satu. Banyak manajer pemasaran yang merencanakan terlalu banyak strategi secara serentak sehingga kurang memperhatikan kecermatan setiap strategi. Rencana yang baik adalah batu bangunan manajemen pemasaran.

*Marketing plan* jelas dibutuhkan oleh perusahaan manapun karena berfungsi sebagai<sup>57</sup>:

- a. Pegangan bagi semua pelaku marketing di suatau perusahaan

Tanpa *marketing plan* setiap orang akan membuat aksi-aksi tersendiri yang tidak terkoordinasi dan akan banyak duplikasi gerakan atau benturan antara unit terkait.

- b. Pendisiplin keuangan

Tanpa *marketing plan* komitmen keuangan tidak akan terarah dan cenderung situasional, akhirnya pemakaian dana tidak terkendali dan kerugian tidak terelakkan.

- c. Proses evaluasi kinerja

Dengan *marketing plan* kinerja perusahaan dapat dievaluasi dengan parameter yang tetap dan berkesinambungan.

---

<sup>57</sup> Sameto, *Proses*, 1.

d. Proses identifikasi perubahan

Sejarah menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun terjadi perubahan baik secara ekonomis maupun politis dalam suatu negara bahkan di dunia, serta terjadi perubahan pola-pola kompetisi dari berbagai perusahaan yang ada, sehingga perubahan ini sangat perlu diamati dari waktu ke waktu dan diperhitungkan dalam marketing plan sebagai parameter dalam membuat keputusan.

e. Alat belajar

*Marketing plan* dapat berfungsi sebagai alat belajar bagi seluruh jajaran di dalam perusahaan, dari tingkat pimpinan sampai ke pelaku langsung pemasaran dan membina cara berpikir yang sistematis seawal mungkin dan berkesinambungan.

## B. Prinsip-Prinsip Bisnis MLM Syari'ah

### 1. Pengertian *Multi Level Marketing* (MLM)

*Multi Level Marketing* (MLM) berasal dari bahasa Inggris, multi berarti banyak, level berarti jenjang atau tingkat, sedangkan marketing artinya pemasaran. Jadi multi level marketing adalah pemasaran yang berjenjang banyak.<sup>58</sup> Disebut *multi level*, karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak dan bertingkat-tingkat.<sup>59</sup>

MLM, singkatan dari *multi level marketing* biasa juga disebut *Network Marketing* (NM) atau *direct selling* atau pemasaran berjenjang. Ini adalah sebuah bisnis yang menggunakan strategi jaringan dalam memasarkan jaringannya.

<sup>58</sup> Andreas Harefa, *Multi Level Marketing* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1999), 4.

<sup>59</sup> Dewi dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, 181.

Biasanya orang yang bergabung disebut distributor, yang tugas pokoknya adalah melakukan penjualan dan memperbesar jaringan di bawahnya.<sup>60</sup> Pelaksanaan penjualan MLM dilakukan secara langsung oleh wiraniaga kepada konsumen. Tidak melalui perantara lagi, tidak melalui *took swalayan*, kedai atau warung, tetapi langsung kepada pembeli. Oleh karena itu kadang-kadang ada juga yang menyebut MLM sebagai bisnis penjualan langsung atau *direct selling*. Di Indonesia, saat ini penjualan langsung atau *direct selling*, baik yang single level maupun multi level bergabung dalam suatu asosiasi, yaitu Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Organisasi ini merupakan anggota KADIN, bagian dari *World Federation Direct Selling Association (WFDSA)*.<sup>61</sup>

*Network Marketing* dapat digambarkan sebagai berikut. Seseorang yang terlibat dalam bisnis *Network Marketing* di Indonesia adalah seorang penjual produk dari perusahaan yang mendapat izin usaha penjualan langsung dari Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Orang itu akan mendapatkan komisi untuk krgiatannya menjual produk. Penjualan dapat saja dilakukan kepada dirinya sendiri (alih belanja) dan atau kepada orang lain. Selain itu orang tersebut dapat mengajak atau mensponsori orang lain untuk bergabung di perusahaan *network marketing* tempat ia bergabung. Atas aktivitas mensponsori orang lain ini, ia akan mendapatkan tambahan komisi dari penjualan yang dilakukan oleh orang-orang yang disponsori maupun orang-orang yang juga disponsori oleh orang-orang yang disponsorinya. Jadi, komisi yang diperoleh bukan dari kegiatan pribadinya saja tetapi juga dari kegiatan jaringan *downline*-nya, karena

---

<sup>60</sup> Pindi Kisata, *Why Not MLM? Sisi Lain MLM* (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), 3.

<sup>61</sup> Dewi dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, 182.

perusahaan *network marketing* tempat dia bergabung memiliki rancangan penjualan untuk membagi-bagi komisi secara berjenjang. Karena struktur bisnis yang memberikan komisi secara berjenjang inilah maka *network marketing* disebut juga sebagai *Multi Level Marketing* (MLM).<sup>62</sup>

Jadi, MLM atau *network marketing* adalah sebuah cara mendistribusikan dan menjual produk atau jasa melalui jaringan dari berbagai anggota mandiri sebagai Mitra Usaha, yaitu suatu cara yang sesungguhnya serupa tetapi tidak sama dengan penjualan tradisional melalui jaringan *outlet*.

Tujuan utama MLM atau *network marketing* adalah menjual berbagai produk melalui sebuah jaringan distributor yang pada giliran berikutnya akan juga merekrut distributor lainnya untuk turut menjual produk kepada konsumen akhir atau ke jaringan distributor yang akan mereka rekrut, agar legal, target atau tujuan utama usaha MLM haruslah menjual produk dan bukan merekrut distributor.<sup>63</sup>

## **2. Konsep Bisnis Multi Level Marketing (MLM)**

MLM adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk, baik serupa barang atau jasa konsumen, sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat minim atau bahkan sampai ke titik nol yang artinya, bahwa dalam bisnis MLM ini tidak diperlukan biaya distribusi. MLM juga menghilangkan biaya promosi dari barang yang hendak dijual, karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan system berjenjang.

Mekanisme operasional pada MLM ini yaitu, seorang distributor dapat mengajak orang lain untuk ikut juga sebagai distributor. Kemudian, orang lain itu

---

<sup>62</sup> Robert Tampubolon, *Sinergi 9 Kekuatan MLM Support System dan Koperasi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2007), 20.

<sup>63</sup> Tampubolon, *Sinergi*, 21.

dapat pula mengajak orang lain lagi untuk ikut bergabung. Begitu seterusnya, semua yang diajak dan ikut merupakan suatu kelompok distributor yang bebas mengajak orang lain lagi sampai level yang tanpa batas. Inilah salah satu perbedaan MLM dengan pendistribusian secara konvensional yang bersifat *single level*. Pada pendistribusian konvensional, seorang agen mengajak beberapa orang bergabung ke dalam kelompoknya menjadi penjual atau sales atau disebut juga sebagai “wiraniaga”. Pada sistem *single level*, para wiraniaga tersebut meskipun mengajak temannya, hanya sekadar pemberi referensi yang secara organisasi tidak di bawah koordinasinya melainkan terlepas. Mereka berada sejajar sama-sama sebagai distributor.

Dalam MLM terdapat unsur jasa. Hal ini dapat dilihat dengan adanya seorang distributor yang menjualkan barang yang bukan miliknya dan ia mendapatkan upah dari presentase harga barang. Selain itu, jika ia dapat menjual barang tersebut sesuai dengan target yang telah ditetapkan, maka ia mendapatkan bonus yang ditetapkan perusahaan.<sup>64</sup>

### **3. MLM Menurut Hukum Islam**

Dalam literatur Hukum Islam, sistem MLM ini dapat dikategorikan pembahasan fiqh muamalah dalam kitab *al-buyu'* mengenai perdagangan atau jual beli. Oleh karena itu, dasar hukum yang dapat dijadikan panduan bagi umat Islam terhadap bisnis MLM ini antara lain adalah konsep jual beli, tolong-menolong dan kerja sama. Dalam Al-Qur'an, dasar hukum jual beli diantaranya

---

<sup>64</sup> Dewi dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, 183.



terdapat dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 275 yang menegaskan halalnya jual beli, yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ<sup>٦٥</sup>  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ  
مِّن رَّبِّهِ فَآتَتْهَا فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا  
خَالِدُونَ<sup>٦٥</sup>

*“orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”<sup>66</sup>*

Sedangkan dasar hukum kerjasama diantaranya surat al-Maidah ayat 2, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا ءَامِينَ  
الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمَكُمْ شَفَاةُ  
قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا  
عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ<sup>٦٧</sup>

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari*

<sup>65</sup> QS. al-Baqarah (2): 275.

<sup>66</sup> Depag, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, 69.

<sup>67</sup> QS. al-Maidah (2): 2.

*Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.”<sup>68</sup>*

Selain itu, terdapat pula Hadits Rasulullah SAW riwayat al-Baihaqi dan Ibnu Majah, yang berbunyi: “Perdagangan itu atas dasar sama-sama ridha” dan Hadits riwayat Abu Hurairah ra telah menceritakan, bahwa Nabi saw bersabda:

وَقَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ. (رَوَاهُ أَبُو دَاوُدَ وَ التِّرْمِذِيُّ وَ الْحَاكِمُ)

“Umat Islam terikat dengan persyaratan mereka.” (riwayat Abu Daud, Turmudzi dan Hakim)<sup>69</sup>

Jadi, pada dasarnya hukum dari MLM adalah *mubah* (boleh) asalkan tidak mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- a) Riba;
- b) *Gharar* atau ketidakjelasan;
- c) *Dharar* atau merugikan/menzalimi pihak lain; dan
- d) *Jahalah* atau tidak transparan.<sup>70</sup>

#### 4. MLM Syari’ah

Produk dan usaha MLM yang menjalankan prinsip syariah, memperoleh sertifikat halal dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Untuk MLM yang berdasarkan prinsip syariah ini, hingga sejauh ini memang diperlukan akuntabilitas dari MUI.

<sup>68</sup> Depag, *al-Qur’an dan Terjemahannya*, 156.

<sup>69</sup> Nashif, *at-Taju al-Jami’u lil-Ushuli fi Ahaditsi Rasuli*, 604.

<sup>70</sup> Dewi dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, 184.

Ada dua aspek untuk menilai apakah bisnis MLM itu sesuai dengan syariah atau tidak, yaitu:

- a. Aspek produk atau jasa yang dijual;
- b. Sistem dari MLM itu sendiri.<sup>71</sup>

Dari aspek produk yang dijual, dalam hal ini objek dari MLM harus merupakan produk-produk yang halal dan jelas, bukan produk-produk yang dilarang oleh agama. Syarat-syarat objek dalam MLM adalah pada prinsipnya selain objeknya harus barang halal, produk itu juga harus bermanfaat, dapat diserahtherimakan, dan mempunyai harga yang jelas. Oleh karena itu, meskipun MLM tersebut dikelola atau memiliki jaringan distribusi yang dijalankan oleh muslim, namun apabila objeknya tidak jelas bentuk, harga atau manfaatnya maka tidaklah sah.

Dari sudut sistem MLM itu sendiri, pada dasarnya MLM Syariah tidak jauh berbeda dengan MLM konvensional. Namun yang membedakan adalah bahwa bentuk usaha atau jasa yang dijalankan MLM berdasarkan syariat Islam. Sebagai contoh, dalam menjalankan usahanya, MLM syariah harus memenuhi hal-hal sebagai berikut:<sup>72</sup>

- a. Sistem distribusi pendapatan, haruslah dilakukan secara profesional dan seimbang. Dengan kata lain tidak terjadi eksploitasi antarsesama.
- b. Apresiasi distributor, haruslah apresiasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, misalnya tidak melakukan pemaksaan, tidak berdusta, jujur, dan tidak merugikan pihak lain, serta berakhlak mulia.

---

<sup>71</sup> “Dewan Syariah dalam MLM,” <http://www.e-syariah.com>, diakses tanggal 28 September 2011.

<sup>72</sup> Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), 174.

- c. Penetapan harga, walaupun keuntungan (komisi dan bonus) yang akan diberikan kepada para anggota berasal dari keuntungan penjualan barang, bukan berarti harga yang dipasarkan harus tinggi. Hendaknya semakin besar jumlah anggota dan distributor, maka tingkat harga makin menurun yang pada akhirnya kaum muslimin dapat merasakan system pemasaran tersebut.
- d. Jenis produk, yang ditawarkan haruslah produk yang benar-benar terjamin kehalalan dan kesuciannya sehingga kaum muslimin merasa aman untuk menggunakan /mengonsumsi produk yang dipasarkan.

