

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini teknologi informasi semakin canggih, yang mempermudah manusia untuk mengakses dan mempublikasikan segala informasi. Dengan adanya teknologi informasi menjadi wadah bagi setiap orang untuk melakukan suatu hal secara online, terutama bagi para pembisnis-pembisnis dalam melakukan berbagai kegiatan bisnisnya. Dengan adanya teknologi, berbagai kemudahan dapat dirasakan oleh manusia untuk melakukan segala aktivitasnya. Teknologi informasi adalah tata cara atau sistem yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan pesan atau informasi. (Maryono & Istiana, 2008).

Hukum ekonomi adalah keseluruhan kaidah hukum yang mengatur dan mempengaruhi segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan dan kehidupan perekonomian (Mardani, 2015).

Promosi adalah cara yang digunakan seseorang atau perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dihasilkan kepada masyarakat atau pelanggan (Hartoto, 2006).

Konten testimoni promosi adalah informasi mengenai hasil pemakaian dari produk yang dijadikan konten di media online. Fenomena konten testimoni yang memperlihatkan seorang pria dan wanita tidak menutup aurat di media sosial Facebook, Instagram, dan WhatsApp hal ini sudah menjadi kebiasaan dikalangan pelaku usaha.

Perubahan terhadap perkembangan lingkungan dalam bidang teknologi dan informasi, yang pada saat memasuki pada era Industri 0.4 mengakibatkan tingginya persaingan dalam berbagai bidang bisnis. Perusahaan atau pengusaha ditekan untuk mampu mengikuti arus global dalam rangka memajukan perusahaan atau usaha bisnisnya. Para pengusaha dituntut mampu beradaptasi secara kreatif untuk menarik konsumen, meningkatkan penjualan dan memajukan bisnisnya. Islam merupakan agama yang sempurna (rahmatan lilalamin) yang menuntut semua aspek kehidupan manusia baik ibadah, akidah, dan muamalah. Manusia diciptakan untuk beribadah dan menyembah Allah SWT. Semua tingkah laku manusia diatur dalam Islam termasuk dalam jual beli (muamalah) Umat islam perlu mengetahui secara kaffah akan peraturan-peraturan dalam muamalah, misalnya dalam menjalankan usaha atau bisnisnya. Untuk menjalankan bisnisnya perusahaan melibatkan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen (pengguna jasa atau produk) yang keduanya saling membutuhkan. Seorang pengusaha menginginkan keuntungan dari hubungan dengan konsumen, sedangkan konsumen mendapatkan barang yang di inginkan. Promosi merupakan sebuah kegiatan usaha yang mempunyai inisiatif untuk menjalankan dengan cara menyebarkan informasi melalui brosur, voucher, dan video, promosi adalah sebuah informasi untuk mempengaruhi konsumen.

Di Indonesia khususnya di kota Kendari, banyaknya pelaku usaha produk yang berlabel syariah. Dalam hal ini fokus peneliti terhadap pelaku usaha Tiens Syariah di kota Kendari pemilik Tiens berasal dari negri Cina. Merek Tiens di Indonesia menggunakan label syariah pada merek, dan para

distributor dalam memasarkan produk di media online menggunakan konten yang tidak menutup aurat dimana dalam kontennya memperlihatkan aurat seorang perempuan dan laki-laki untuk dijadikan testimoni untuk bukti hasil dari manfaat penggunaan produk. Pelaku usaha menggunakan media promosi untuk menyebar informasi mengenai keunggulan dan manfaat dari penggunaan produknya melalui media sosial seperti facebook, Instagram, dan WhatsApp. Peneliti mengamati adanya suatu upaya pada konten promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha Tiens Dalam memasarkan di media sosial pada saat mempromosikan produknya yang menggunakan konten yang tidak sesuai dengan hukum ekonomi Islam. Fenomena yang terjadi pada saat ini yaitu wanita berlomba-lomba ingin menjadi cantik dan menarik untuk dipandang semua orang. Karena itu perusahaan dibidang kecantikan berlomba-lomba membuat produk kecantikan dan obat-obat herbal, pengusaha dituntut untuk memenuhi keinginan konsumen dan memasarkan produknya agar dapat dikenal dan diketahui oleh konsumen. Pelaku usaha Tiens Syariah di kota Kendari, dalam mempromosikan produknya menggunakan konten testimoni yang memperlihatkan hasil dari produk Tiens yang di dalamnya memperlihatkan aurat seorang perempuan dan laki-laki untuk diunggah di media sosial, dan adapun kata-kata yang ditulis pada keterangan gambar atau video yang mana cenderung mengabaikan etika dan kaidah periklanan yang baik dan benar. Dalam promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha Tiens Syariah melalui media promosi menggunakan foto atau video yang memperlihatkan hasil dari testimoni seorang konsumen yang

menggunakan produk Tiens Syariah. Promosi yang tidak sesuai dengan syariah dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Keterangan	Gambar
<p>Contoh konten Promosi Yang Sesuai (tidak Melanggar Fatwa MUI)</p>	
<p>Contoh konten Yang tidak Sesuai (melanggar fatwa MUI)</p>	

Tabel: Contoh gambar promosi yang tidak sesuai dengan syariah

Dalam mempromosikan dimedia sosial seharusnya menggunakan caption atau kata-kata yang baik sebagaimana kaidah etika pemasaran beriklan dan budaya dalam mempromosikan suatu produk dimedia elektronik adapun konten hasil testimoni untuk meningkatkan penjualan, yang mana konten

yang digunakan oleh pelaku usaha dalam melakukan promosi yang memperlihatkan aurat dan mengandung unsur pornografi. Hal ini konten yang digunakan oleh beberapa pelaku usaha atau distributor melanggar kesusilaan sesuai dengan Dewan Syariah Nasional (DSN) hanya pada Perusahaan Langsung Berjenjang Syariah atau Multi Level Marketing Syariah (MLM Syariah) hanya saja dalam pelaksanaan atau pemasaran para pelaku usaha atau distributor melanggar pada poin ke tiga (3) pada Fatwa Dewan Ulama Nasional (DSN) No. 75/DSN MUI/VII/2009 yang berbunyi, “Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur eksploitasi/*dharar*, mengenai/*dzulm* dan perbuatan dosa/maksiat” akan tetapi pada pada fakta lapangannya pelaku usaha atau distributor melanggar fatwa tersebut.

Internet adalah kumpulan jaringan dari jaringan-jaringan komputer dunia yang terdiri dari jutaan unit-unit kecil seperti jaringan pendidikan, jaringan bisnis, jaringan pemerintahan dan lain-lain yang secara bersama menyediakan layanan informasi seperti e-mail, online chat, transfer file dan saling keterhubungan (*linked*) antara satu halaman web dengan sumber halaman web yang lainnya (Yuhefizar, 2008). Internet menyediakan berbagai fasilitas yang mempermudah penggunaannya untuk mengakses berbagai informasi, sehingga para pengguna dapat dimanjakan fasilitas yang ada. Mahasiswa merupakan target pemasaran yang paling di incar oleh para pembisnis. Mahasiswa memiliki keingintahuan yang besar terhadap perkembangan teknologi terutama perkembangan media sosial. Hampir semua mahasiswa memiliki media sosial mulai dari facebook, twiter, line, whatsapp, istagram dan lain-lain. Hal ini juga terjadi di mahasiswa fakultas

Syariah prodi Hukum Ekonomi Syariah di IAIN Kendari, dimana mahasiswa sangat menikmati berbelanja secara online di berbagai media sosial seperti Facebook, Instagram dan WhatsApp.

Berdasarkan hasil observasi awal dengan mahasiswa fakultas Syariah jurusan Hukum Ekonomi Syariah mengatakan bahwa mereka mempunyai berbagai akun media sosial, sehingga dapat melihat berbagai jualan yang di promosikan lewat media sosial diantaranya produk Tiens Syariah yang di promosikan melalui media sosial Instagram dan Facebook. Dalam mempromosikan produk ada beberapa distributor Tiens yang menggunakan gambar atau kata-kata yang kurang baik untuk diperlihatkan di media sosial, sehingga dalam penelitian ini penulis melihat dari pandangan mahasiswa fakultas Syariah jurusan Hukum Ekonomi di IAIN Kendari mengenai konten-konten promosi yang di promosikan di media sosial.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang, “ **Pandangan Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Kendari Terhadap Konten Promosi Produk Berlabel Syariah Di Media Sosial Pada Produk Tiens Syariah Di Kota Kendari**”.

## **1.2 Batasan Masalah**

Batasan masalah diperlukan agar peneliti ini lebih terarah dan terfokus pada tujuan, maka perlu adanya Batasan penelitian. pada penelitian ini peneliti hanya meneliti terkait pandangan mahasiswa prodi hukum ekonomi Syariah IAIN Kendari terhadap konten promosi produk berlabel Syariah di media sosial pada produk tiens Syariah di kota Kendari.

### **1.3 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi fokus masalah dalam penelitian ini ialah pandangan mahasiswa prodi hukum ekonomi syariah IAIN Kendari terhadap konten promosi produk berlabel syariah di media sosial pada produk tiens syariah di kota Kendari. Adapun fokus masalah dalam penelitian yaitu berfokus pada cara yang digunakan para distributor dalam mempromosikan produk tiens syariah di media sosial.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konten promosi produk berlabel Syariah di media sosial pada produk Tiens Syariah di Kota Kendari?
2. Faktor apa yang mempengaruhi distributor melakukan konten promosi produk berlabel syariah di media sosial pada produk Tiens syariah di Kota Kendari?
3. Bagaimana pandangan mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah terhadap konten promosi produk berlabel Syariah di media sosial pada produk Tiens Syariah di Kota Kendari?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui konten promosi produk berlabel Syariah di media sosial pada produk Tiens Syariah di Kota Kendari.

2. Untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi distributor melakukan konten promosi produk berlabel syariah di media sosial pada produk Tiens syariah di Kota Kendari.
3. Untuk mengetahui bagaimana pandangan mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah terhadap konten promosi produk berlabel Syariah di media sosial pada produk Tiens Syariah di Kota Kendari

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Dalam suatu penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat dalam penelitian ini terbagi jadi 2 yaitu pertama secara teoritis dan kedua secara praktis, dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dengan hasil penelitian diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan baik bagi penulis atau pembaca, terkhusus bagi masyarakat pembisnis sehingga dapat memberikan pemahaman dalam melaksanakan suatu bisnis, yang harus sesuai dengan ketentuan Syariat islam.

2. Secara Praktis

Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam menerapkan pengetahuan penulis tentang cara mempromosikan produk di media sosial salah satunya pada bisnis Tiens Syariah, begitu pula bagi peneliti selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam mengembangkan teori tentang mempromosikan produk berlabel Syariah di media sosial.

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai sumber informasi dan masukan bagi masyarakat terutama mahasiswa kota Kendari tentang bisnis-bisnis yang mempromosikan produknya di media sosial.

### **1.7 Definisi Operasional**

1. Pandangan atau persepsi adalah stimulus yang di inderakan oleh individu yang kemudian diorganisasikan dan diinterpretasikan sehingga individu tersebut menyadari dan mengerti tentang apa yang diinderanya.
2. Hukum Ekonomi Syariah adalah ilmu yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara aktual dan empirikal, baik dalam produksi, distribusi, maupun konsumsi berdasarkan syariat Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah serta Ijm'a para ulama dengan tujuan untuk kemaslahatan umat.
3. Media Sosial adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaanya.
4. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.
5. Tiens Syariah adalah sebuah perusahaan berbasis bisnis Multi Level Marketing asal negara China.