

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah Berdirinya Fakultas IAIN Kendari

Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari merupakan salah satu fakultas yang berdiri sejak adanya transformasi kelembagaan dari bentuk Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Transformasi tersebut muncul berdasarkan SK Presiden No. 145 Tahun 2014, sehingga menginisiasi adanya tata pengelolaan kelembagaan yang sederhana menjadi lebih kompleks.

Fakultas Syari'ah saat ini perlu untuk melakukan pembenahan dan pengembangan agar mampu untuk bersaing dengan fakultas-fakultas lain yang ada di luar IAIN Kendari. Serta menyokong terhadap capaian visi dan misi IAIN Kendari sendiri; dimana renstra institut yang dijadikan milestone terancang sebagaimana berikut: pertama, Renstra tahun 2016-2020 diarahkan pada Good University Governance dan Transdisciplinary Center Branding; kedua, Renstra tahun 2021-2025 diarahkan pada pencapaian Transdisciplinary Center In South East of Sulawesi; ketiga, Renstra tahun 2026-2030 mewujudkan Islamic Transdisciplinary Center In Eastern Of Indonesia; keempat, Renstra tahun 2031-2035 mengimplementasikan Transdisciplinary Center In Indonesia; kelima, Renstra tahun 2036-2040 merealisasikan Transdisciplinary Center 43 In

Southeast Asian; dan keenam, Renstra tahun 2041-2045 mewujudkan Transdisciplinary Center In Asian.

Fakultas Syariah memiliki 3 program studi di dalamnya yaitu Hukum Ekonomi Syariah, Hukum Tata Negara dan Hukum Keluarga Islam yang difokuskan pada pengembangan pembelajaran Hukum, Ekonomi, dan Tata Negara (Islam) yang inovatif, solutif, dan berbasis pada literasi baru.

#### **4.1.2 Letak Geografis Fakultas Syariah IAIN Kendari**

Secara geografis, Institut Agama Islam Negeri Kendari ini terletak di Kelurahan Baruga, Kecamatan baruga Kota Kendari. Letaknya di Jl. Sultan Qaimuddin No.17.

#### **4.1.3 Visi Misi Fakultas Syariah IAIN Kendari**

##### **1. Visi**

Menjadi pusat pengembangan kajian hukum islam yang transdisiplinary di Sulawesi tenggara tahun 2025

##### **2. Misi**

- 1) Melaksanakan Pendidikan dan pengajaran dalam ilmu hukum islam yang transdisiplinary.
- 2) Mengembangkan budaya ijtihad dalam penelitian di bidang hukum islam yang transdisiplinary.
- 3) Meningkatkan peran serta dalam pemberdayaan masyarakat melalui penerapan ilmu hukum islam.
- 4) Mengembangkan jalinan kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan pelaksanaan Tridarma Perguruan Tinggi.

## 4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 4.2.1 Konten promosi produk berlabel Syariah di media sosial pada produk Tiens Syariah di Kota Kendari

Dalam menjalankan suatu bisnis para pembisnis melakukan berbagai cara untuk meningkatkan penjualan produk salah satunya dengan cara mempromosikan produknya melalui media sosial seperti, WhatsApp, Facebook, Instagram dan lain sebagainya.

Setiap distributor yang pernah melakukan promosi produk Tiens Syariah di media sosial ini selalu melalui akun facebook pribadi dan juga kadang melakukan melalui akun whatsapp bisnis bukan hanya itu tetap juga di akun-akun lainnya seperti Instagram. Dan mempostingnya juga menggunakan gambar-gambar dan testimoni dari beberapa konsumen yang telah menggunakan produk tiens agar masyarakat yakin bahwa produk yang di promosikan banyak mengandung manfaat apalagi bagi tubuh.

Promosi adalah sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan promosi dan pengenalan produk atau jasa kepada masyarakat. Dengan adanya promosi, produsen atau distribusi mengharapkan kenaikan angka jualan. Seperti yang dilakukan oleh para distributor tiens yaitu dengan mempromosikan produknya melalui media sosial WhatsApp, Facebook, Instagram dan lain sebagainya. Hal ini seperti yang dikatakan oleh salah satu distributor tiens Syariah berinisial N dari hasil wawancara melalui WhatsApp :

“untuk cara saya mempromosikan produk Tiens Syariah ini melalui akun Facebook pribadi dan saya juga kadang-kadang melakukan promosi melalui akun WhatsApp bisnis “

Jawaban diatas diperkuat oleh hasil jawaban wawancara menurut penjelasan salah satu distributor Tiens berinisial R:

“saya mempromosikan produk Tiens dengan cara mencari gambar dan testimoni dari konsumen, kemudian di unggah di media sosial baik itu melalui Facebook, WhatsApp, dan Instagram”

Jawaban ini juga diperkuat oleh Distributor Tiens Syariah berinisial

D

“cara saya mempromosikan produk Tiens Syariah dimedia sosial yaitu dengan cara memposting hasil testimony dari pengguna. Dan memposting gambar atau hasil testimony dari pengguna di setiap hari sebanyak 5 kali di media facebook ”

Jawaban tersebut dikuatkan dengan hasil jawaban Distributor Tiens Syariah berinisial S yang menyatakan:

“saya mempromosikan produk Tiens Syariah di media sosial itu dengan cara memberikan gambar testimoni yang telah menggunakan produk Tiens sehingga banyak yang melihat manfaat dari produk Tiens Syariah dan saya juga mempromosikan bukan hanya di Facebook tetapi juga di media sosial lainnya seperti Instagram, WhatsApp untuk leboh banyak mendapatkan konsumen dan pendapatan dari mempromosikan produk Tiens Syariah”

Berdasarkan hasil analisis penulis dari hasil jawaban wawancara informan diatas dapat kita ketahui bahwa distributor Tiens melakukan beberapa tahapan dalam mempromosikan produk melalui media sosial yaitu dengan cara mengunggah berupa gambar atau testimony yang didapatkan dari pelanggan atau konsumen sehingga para pengguna sosial media dapat mengetahui manfaat dari produk yang di promosikan oleh Distributor.

Setiap mempromosikan produk harus selalu mencantumkan gambar dan manfaat dari produk tersebut agar masyarakat yang menggunakan

media sosial dapat melihat produk yang di promosikan secara jelas. Dalam mempromosikan produk Distributor tidak hanya dilakukan secara online melainkan juga secara offline sehingga banyak masyarakat yang mengetahui produk Tiens Syariah. Hal diatas dibuktikan dengan pernyataan dari beberapa Distributor, salah satunya yang dijelaskan oleh Distributor berinisial N:

“untuk pandangan saya pribadi dengan memposting produk Tiens ini di media sosial, maka akan lebih banyak orang yang melihat dan mengetahui manfaat dari produk Tiens tersebut, dan menurut saya lebih banyak dan lebih cepat mendapatkan pelanggan di media sosial.”

Jawaban diatas juga diperkuat oleh Distributor Tiens Syariah bernisial R yang mengatakan:

“selama saya menjadi distributor Tiens Syariah, saya selalu mempromosikan produk secara offline dan online selama saya mempromosikannya di media sosial saya selalu menggunakan kata - kata dan gambar yang sesuai dengan produk yang saya promosikan dan tidak ada unsur yang tidak jelas dalam postingan promosi

Jawaban ini juga diperkuat oleh Distributor Tiens Syariah bernisial R:

“ terkait konten promosi yang saya lakukan itu bisa di katakana bagus dikarenakan sudah sesuai dengan manfaat dan kegunaan yang tertera di kemasan produk dan sama halnya yang dirasakan juga dengan konsumen dan saya sebagai penjual atau distributor tentu merasa senang dengan beberapa manfaat yang di rasakan oleh konsumen”

Jawaban ini juga diperkuat oleh Distributor Tiens Syariah bernisial D yang menyatakan bahwa:

“konten promosi yang saya lakukan di media sosial masi dalam kategori wajar “

Berdasarkan hasil wawancara jawaban informan diatas dapat kita ketahui bahwa mereka menganggap konten promosi yang dilakukan di

media sosial sudah jelas dari segi gambar dan caption yang dibuat karena mereka menggunakan real dari hasil testimony konsumen dengan gambar yang sesuai dan kalimat yang sopan.

Dalam dunia bisnis di setiap perusahaan memiliki kriteria dalam memperjual belikan produknya untuk mendapatkan hasil yang maksimal, terutama dalam mempromosikan produknya untuk menarik perhatian konsumen. Setiap perusahaan memiliki kriteria yang berbeda-beda dalam mempromosikan produknya, begitu juga dengan perusahaan Tiens Syariah. Namun dari hasil wawancara pada Distributor Tiens bahwa dalam mempromosikan produknya tidak memiliki kriteria tertentu, seperti yang di katakana oleh Distributor Tiens Syariah yang berinisial N:

“untuk larangan atau kriteria untuk mempromosikan produk tidak ada larangan atau kriteria tertentu, semua tergantung dari kita pribadi seperti ap acara kita mempromosikannya, mau mempromosikan di media sosial atau bisa juga di konsumsi secara pribadi “

Jawaban diatas diperkuat juga Distributor Tiens Syariah yang berinisial R menyatakan bahwa:

“selama saya menjadi distributor Tiens Syariah tidak ada larangan atau kriteria yang diberitahu oleh kakak senior mengenai larangan atau hal – hal yang tidak boleh dilakukan distributor dalam mempromosikan produk, kita hanya diberitahu untuk tidak memaksakan konsumen untuk membeli produk, karena kita hanya mempromosikan saja, baik secara offline maupun secara online.”

Di perkuat dengan jawaban dari Distributor Tiens Syariah yang berinisial R:

“tidak ada larangan yang di berikan oleh perusahaan Tiens Syariah dalam mempromosikan prooduk tetapi untuk cara bagaimana mempromosikan Tiens Syariah itu dengan cara memposting minimal 5x dalam sehari agar produk kita bisa di lihat banyak orang”

Berdasarkan hasil wawancara jawaban informan diatas dapat kita ketahui bahwa perusahaan Tiens tidak memiliki kriteria atau larangan dalam mempromosikan produk yang mereka jual, baik yang di promosikan melalui media sosial (online) dan yang di promosikan secara langsung (offline), namun mereka di haruskan untuk menjual produk dengan menggunakan berbagai cara agar produk mereka terjual.

Berdasarkan hasil penelitian tahapan dan cara yang dilakukan oleh distributor Tiens di Kota Kendari dalam mempromosikan produknya di media sosial adalah sebagai berikut :

1. Pertama, distributor akan mencari gambar testimony dari konsumen real untuk dijadikan bahan promosi, baik yang dipromosikan secara prabayar atau tidak .
2. Kedua, mengunggah gambar yang ditambahkan dengan kalimat atau caption mengenai produk tersebut di media sosial seperti WhatsApp, Instagram dan Facebook.
3. Ketiga, saat ada konsumen yang mengementari produk yang dipromosikan maka akan dilanjutkan melalau chat pribadi, baik itu melalui messenger ataupun melalui pesan chat lewat WhatsApp dan Instagram.
4. Keempat, dalam pesan chat itu distributor akan menjawab semua pertanyaan yang di tanyakan oleh konsumen mengenai produk dan distributor akan menjelaskan semua mengenai produk baik itu manfaat ataupun cara mengonsumsi produk.

5. Kelima, setelah segala penjelasan mengenai produk sudah dijelaskan, konsumen tidak dipaksakan untuk membeli produk atau tidak, namun ketika konsumen ingin membeli produk maka akan di lanjutkan dengan pemesanan produk dengan melakukan pembayaran COD atau bayar terlebih dahulu.
6. Keenam, ketika produk telah diterima oleh konsumen maka selesai sudah transaksi penjualan yang dilakukan dimedia sosial.
7. Ketujuh, dalam mempromosikan diharuskan dalam sehari mengunggah gambar testimony atau gambar produk di media sosial untuk menarik perhatian kosnsumen.

Terkait dengan penjelasan diatas maka harus jujur dan amanah dalam melakukan konten promosi yang disebarakan di media sosial pelaku usaha juga wajib mentaati persyaratan penjualan sehingga konsumen yang melihat postingan distributor merasa nyaman dan percaya dengan adanya konten promosi yang dilakukan para distributor mengingat produk yang mereka jual produk berlabel syariah. Dari penjelasan ini terdapat beberapa prinsi-prinsip Hukum Ekonomi Syariah sebagai indikator dalam menganalisis apakah promosi yang di lakukan oleh pelaku usaha tidak melanggar prinsip tersebut, adapun prinsipnya sebagai berikut:

#### 1) Prinsip Keadalin

Prinsip keadilan mencakup seluruh aspek kehidupan, dimana prinsip ini sangat penting. Sebagaimana Allah SWT, memerintahkan untuk berbuat adil diantara sesama manusia.



Sebagaimana telah di jelaskan pada bab sebelumnya bahwa promosi produk berlabel syariah di media sosial pada produk tiens syariah yang di lakukan oleh distributor terdapat dalam persyaratan penjualan pada bagian “ postingan yang berpenampilan terlalu vulgar “ hal ini bisa mendatangkan kemudharatan karena mengandung unsur penilaian secara fisik yaitu diskriminasi hal ini juga bertentangan dengan kaidah fiqh yaitu :

" kemudharatan harus di hilangkan"

Berdasarkan pada kaidah fiqh di atas maka segala bentuk kemudharatan harus di hilangkan kaidah tersebut juga berarti bahwa segala sesuatu yang mendatangkan bahaya hendaknya di hilangkan.

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa tidak semua distributor Tiens Syariah yang melakukan konten promosi dengan menggunakan gambar yang vulgar, hanya sebagian kecil yang menggunakan gambar dan caption yang tidak semestinya dijadikan konten promosi di media sosial diingat bahwa produk yang dipromosikan berlabel syariah. Dengan adanya konten seperti ini tidak adil bagi para pengguna sosial media lainnya, dimana sebagian pengguna sosial media anak di bawah umur dan tidak adil bagi para distributor Tiens Syariah lainnya yang berusaha untuk tetap mempromosikan produknya menggunakan gambar dan caption yang baik untuk menjaga nama baik produk Tiens Syariah.

## 2) Prinsip Kemaslahatan

Kemaslahatan merupakan tujuan pembentukan Hukum Islam yaitu mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat dengan cara mengambil manfaat dan menolak kemudharatan. Dalam postingan yang dilakukan Distributor Tiens Syariah di kota Kendari masi ada beberapa Distributor yang memposting atau melakukan konten promosi di media sosial dengan gambar yang mengandung unsur pornografi. Hal ini lah yang menimbulkan adanya kemudharatan dari konten promosi yang dilakukan media sosial, dimana dalam konten itu mengumbar aurat yang menjuru vulgar bahkan mengandung unsur pornografi sehingga menimbulkan hal-hal yang tidak baik bagi para pengguna sosial media yang melihat konten promosi tersebut

## 3) Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran adalah prinsip yang menanamkan sikap apa adanya berdasarkan fakta, situasi dan kondisi yang sebenarnya. Dengan kata lain apa yang dikatakan itulah yang dikerjakan. Namun berbeda dengan yang dilakukan oleh sebagian distributor Tiens Syariah dimana mereka melakukan konten promosi produk Tiens Syariah dengan cara yang salah yaitu menggunakan gambar atau caption yang mengarah ke pornografi, tidak mempromosikan produk sesuai dengan latar belakang produk Tiens yang sudah berlabel Syariah yang sudah mengeluarkan fatwa mengenai Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

#### 4) Prinsip Keseimbangan

Prinsip yang mengungkapkan bahwa Syariat Islam mengakui hak-hak pribadi dengan batas-batas tertentu. Syariat menentukan keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat. Namun dari hasil penelitian yang dapat dilihat dari adanya konten promosi yang dilakukan oleh sebagian distributor Tiens dengan menggunakan gambar atau caption yang kurang baik untuk dipublikasikan itu dapat dilihat bahwa mereka hanya mementingkan dirinya sendiri, dimana hal tersebut dilakukan agar produk yang mereka promosikan terjual tanpa memikirkan dampak dari apa yang mereka promosikan sehingga keseimbangan antara distributor dan pengguna sosial media tidak sesuai prinsip keseimbangan Hukum Ekonomi Syariah.

#### 5) Prinsip Al-Khifayah

Prinsip ini terkait kewajiban setiap muslim untuk peduli terhadap sesamanya. Tujuan prinsip ini adalah untuk membasmi kefakiran dan mencukupi kebutuhan primer seluruh anggota masyarakat agar terhindar dari kekufuran. Dari hasil penelitian yang dilakukan dalam konten promosi yang dilakukan distributor Tiens dapat dilihat bahwa dari hasil konten promosi yang dipublikasikan melalui media sosial dapat mencukupi kebutuhan primer distributor Tiens, karena dengan adanya mereka mempromosikan produknya melalui media sosial

membuat produknya cepat diketahui oleh orang banyak sehingga dapat membuat produk mereka terjual.

Berdasarkan dari hasil analisis peneliti tentang konten promosi produk Tiens Syariah yang dilakukan oleh sebagian para distributor Tiens dapat diketahui bahwa konten yang mereka promosikan tidak sesuai dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah karena para distributor tersebut menggunakan gambar atau caption yang kurang baik untuk dipublikasikan di media sosial, dimana gambar atau caption tersebut barbour vulgar sehingga dapat menuju kearah pornografi. Karena konten promosi tersebut barbour vulgar maka prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah tidak terpenuhi. Gambar dan caption nya dapat dilihat pada tabel gambar di bawah ini:

Gambar	Keterangan
 <p>The image shows a screenshot of a social media post. At the top, the status bar shows the time 11:24, signal strength, Wi-Fi, and battery at 59%. The app header includes 'Mode data', 'Beli Data', and 'Beralih mode'. The post title is 'FANTASTIS PAPA KUAT MAMAH NIKMAT...'. The main image shows a woman in a red shirt holding a product. Overlaid on the image are the words 'IPANJANG BESAR' in large, bold, white letters. Below the image, the caption reads 'FANTASTIS PAPA KUAT MAMAH NIKMAT ENNGA GEDE PEDE (no hoax d...)' and 'Rp 99'. There is a 'Kirim pesan ke penjual' button with the text 'Apa ini masih ada?'. At the bottom, there are icons for 'Peringatan', 'Kirim pesan', 'Simpan', 'Bagikan', and 'Lainnya'. A 'Keterangan' section at the very bottom lists 'Ready Stock!', 'Garansi uang kembali 90%', and 'Promo potongan ongkir 10%'.</p>	<p>Dalam gambar tersebut distributor menggunakan caption yang kurang baik untuk di publikasikan di media sosial, karena kata-katanya mengarah ke pornografi</p>

 <p>The screenshot shows an Instagram post from the account 'kendaritiensherbal'. The post features a photograph of a shirtless man and a woman in a black top embracing. To their left are two boxes of 'TIKAT HERBAL' products. The text on the image reads 'Paket Pelangsing' at the top, 'Diet langsing dengan cara ngga ribet!' in the middle, and a phone number '082228145493' at the bottom. The caption below the image says '1 suka kendaritiensherbal Produk pelangsing yg 100 persen AMAN tanpa efek samping karena terbuat da selengkapnya 10 Mei 2020'.</p>	<p>Dalam gambar tersebut distributor menggunakan gambar 1 pasangan yaitu perempuan dan laki-laki yang saling merangkul namun tidak berpakaian tertutup melainkan berpakaian terbuka dan keliatan vulgar</p>
 <p>The screenshot shows an Instagram post from the account 'stokisttienskendari'. The post features a photograph of a woman wearing a black hijab, smiling and holding a stack of 'TIKAT HERBAL' product boxes. The caption below the image says '9 suka stokisttienskendari Terima kasih sdh order kakak Juga thanks atas kiriman fotonya Mimi... selengkapnya 10 Agustus 2018'.</p>	<p>Dalam gambar tersebut distributor menggunakan gambar dan caption yang baik di mana gambarnya tertutup dan captionnya yang baik tidak vulgar atau menagarah ke pornografi</p>

Berdasarkan gambar di atas dapat kita lihat bahwa memang adanya sebagian distributor yang menggunakan gambar dan caption yang kurang baik untuk dipublikasikan di media sosial, dimana gambar dan caption tersebut sangat vulgar dan menagarah kepornografi. Namun berbeda dengan distributor lainnya tetap menggunakan gambar dan caption yang baik sehingga layak untuk dipublikasikan dimedia sosial.

#### **4.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Distributor Melakukan Konten Promosi Produk Berlabel Syariah Di Media Sosial Pada Produk Tiens Syariah Di Kota Kendari**

Ada berbagai faktor yang mempengaruhi distributor melakukan konten promosi produk berlabel syariah di media sosial pada produk Tiens Syariah, salah satunya adalah faktor yang menyebabkan terjadinya konten promosi berlabel syariah di media sosial yaitu faktor pemasaran. Pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran sehingga produk yang mereka produksi dapat diketahui oleh orang banyak dan adanya pemasaran membuat produk tersebut dapat terjual. Hal itu membuat distributor berpikir untuk bagaimana memasarkan produk Tiens dengan cepat dan mudah untuk diketahui oleh orang banyak, sehingga para distributor membuat konten promosi di media sosial. Promosi di media sosial tidak memakan waktu yang lama dan tidak memakan biaya yang banyak.

Ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi distributor melakukan konten promosi produk berlabel Syariah di media sosial pada produk Tiens Syariah yaitu faktor sosial dan faktor pribadi .

##### **1) Faktor Sosial**

Faktor sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Faktor sosial terdiri dari keluarga, kelompok, peran dan status.

Berdasarkan hasil wawancara dari narasumber penelitian yang penulis lakukan kepada beberapa informan, distributor melakukan konten promosi pada produk Tiens Syariah karena telah melihat atau mendengar pendapat dari berbagai teman atau kelompok maupun dari orang-orang terdekat terutama para anggota distributor lainnya yang telah berhasil menjual produk melalui media sosial.

Penjelasan tersebut sesuai dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan informan (distributor) yang berinisial A yang mengatakan bahwa :

"saya bergabung di Tiens karena di ajak teman saya, jadi selama menjadi distributor Tiens saya di ajari untuk menjual produk dengan mempromosikan lewat media sosial."

Jawaban di atas diperkuat juga dengan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan distributor lainnya yang berinisial N yang mengatakan bahwa :

"Selama saya menjadi distributor Tiens saya selalu di ajar oleh kk senior untuk bagaimana cepat menjual produk, dengan cara mempromosikan produk baik itu promosi secara langsung maupun lewat media sosial."

Jawaban di atas diperkuat juga dengan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan distributor lainnya yang berinisial S yang mengatakan bahwa :

"Saya melakukan konten promosi dimedia sosial karena melihat dan mendengar apa yang dipresentasikan pada saat seminar dihotel yang di bawakan oleh para distributor lainnya untuk rajin-rajin memposting produk dimedia sosial agar produk bisa terjual."

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa distributor Tiens di atas dapat dikatakan bahwa faktor sosial sangat mempengaruhi distributor melakukan konten promosi di media sosial pada produk Tiens karena melihat dan mengikuti pendapat dari orang terdekat baik itu teman maupun distributor Tiens lainnya untuk bagaimana bisa menjual produk dengan cepat.

## 2) Faktor Pribadi

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Faktor pribadi terdiri dari umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

Sedangkan berdasarkan hasil wawancara penelitian yang penulis lakukan kepada beberapa informan, distributor melakukan konten promosi produk Tiens di media sosial karena dengan faktor pribadi yang memang dari diri sendiri atau kemauan sendiri untuk melakukan promosi produk di media sosial tanpa ada unsur paksaan dari orang lain.

Penjelasan tersebut sesuai dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan informan (distributor) yang berinisial D yang mengatakan bahwa :

"Saya mempromosikan produk di media sosial karena kemauan saya sendiri, karena saya berpikir saya memiliki banyak akun sosial media untuk memposting gambar-gambar produk Tiens biar bisa terjual".



Pernyataan diatas diperkuat juga oleh hasil wawancara dari salah satu informan (distributor) yang berinisial R yang mengatakan bahwa

:

"Kan saya ingin produk yang saya jual cepat terjual, jadi saya promosikan di media sosial karena di media sosial banyak teman dan orang lain sehingga dengan mudah mereka tahu produk yang saya jual."

Pernyataan diatas diperkuat juga oleh hasil wawancara dari salah satu informan (distributor) yang berinisial N yang mengatakan bahwa

:

"Saya berpikir-pikir bagaimana agar produk saya bisa terjual dengan cepat sehingga saya memutuskan untuk mempromosikannya di media sosial, karena di media sosial tidak memakan biaya yang banyak dan waktu yang lama."

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan beberapa distributor Tiens di atas dapat dikatakan bahwa faktor pribadi juga sangat mempengaruhi distributor untuk melakukan konten promosi di media sosial karena para distributor ingin menjual cepat produk yang mereka punya, dimana mempromosikan di media sosial tidak memakan biaya yang banyak dan waktu yang lama.

### 3) Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi adalah faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu yang berkaitan dengan hubungan permintaan dan penawaran dengan kemampuan ekonomi suatu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Sedangkan berdasarkan hasil wawancara penelitian yang penulis lakukan kepada beberapa informan, distributor melakukan konten promosi produk Tiens dimedia sosial karena dengan faktor ekonomi yang mendorong diri mereka sendiri untuk melakukan promosi dimedia sosial agar cepat mendapatkan konsumen sehingga produk dapat terjual cepat dan mendapatkan uang secepat mungkin.

Penjelasan tersebut sesuai dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan informan (distributor) yang berinisial D yang mengatakan bahwa :

“Saya memiliki banyak kebutuhan untuk digunakan sehari-hari sehingga berpikir bagaimana caranya agar produk yang saya punya bisa terjual cepat dan ternyata dengan mempromosikan dimedia sosial.”

Pernyataan diatas diperkuat juga oleh hasil wawancara dari salah satu informan (distributor) yang berinisial R yang mengatakan bahwa:

“Saya mempunyai banyak produk yang sudah saya beli untuk dijadikan stok di rumah sehingga uang saya ada produk tersebut, jadi saya ingin cepat-cepat untuk menjualnya yaitu dengan cara mempromosikan dimedia sosial agar uang saya cepat kembali dan produk bisa terjual cepat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa distributor Tiens Syariah diatas dapat dikatakan bahwa faktor yang mempengaruhi distributor melakukan konten promosi dimedia sosial adalah faktor sosial faktor pribadi dan faktor ekonomi dikarenakan pengaruh dari orang terdekat baik itu teman dan keinginan sendiri untuk bisa menjual produk-produk Tiens Syariah secepat mungkin agar membantu perekonomian para distributor.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat kita simpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi distributor melakukan konten promosi produk Tiens Syariah di media sosial di antaranya adalah faktor penjualan. Dimana faktor penjualan ini diperuntukan kepada semua distributor Tiens untuk menjual produk-produk Tiens Syariah. Sehingga dengan penjualan tersebut dapat membuat distributor mendapatkan bonus dan untung dari produk yang telah mereka jual. Selain dari faktor penjualan ada juga faktor lain yang mempengaruhi distributor melakukan penjualan di media sosial yaitu faktor sosial dan faktor pribadi. Berdasarkan hasil wawancara penelitian yang penulis lakukan, faktor yang mempengaruhi distributor melakukan konten promosi di media sosial yang pertama faktor sosial, karena mereka melihat serta mendengarkan pendapat dari orang terdekat untuk bagaimana menjual produk dengan cepat yaitu dengan mempromosikannya di media sosial. Sedangkan faktor kedua yaitu faktor pribadi karena mereka menginginkan produk-produk yang mereka punya untuk terjual cepat yang tidak memakan biaya banyak dan waktu yang lama sehingga memanfaatkan media sosial untuk sebagai tempat mempromosikan produk-produk Tiens Syariah dan faktor ekonomi yaitu faktor ekonomi karena mereka memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi sehingga mereka harus mencari tempat untuk menjual produk dengan cepat dan tidak memakan biaya agar mereka bisa mendapatkan uang secepatnya dengan cara mempromosikannya di media sosial.

#### **4.2.3 Pandangan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Konten Promosi Produk Berlabel Syariah Di Media Sosial Pada Produk Tiens Syariah Di Kota Kendari**

Pandangan disini diartikan sebagai pemikiran, perasaan dan isi hati seseorang terhadap objek psikologis tertentu yang dipengaruhi oleh pengetahuan dan kebudayaan. Pandangan sering merupakan penjelasan atas sikap seseorang. Diakui pula bahwa sikap dan pandangan memperlihatkan kecenderungan untuk bertindak tertentu, sehingga suatu sikap dengan demikian dipahami sebagai kesediaan untuk bereaksi terhadap suatu hal yang diakui kebenarannya.

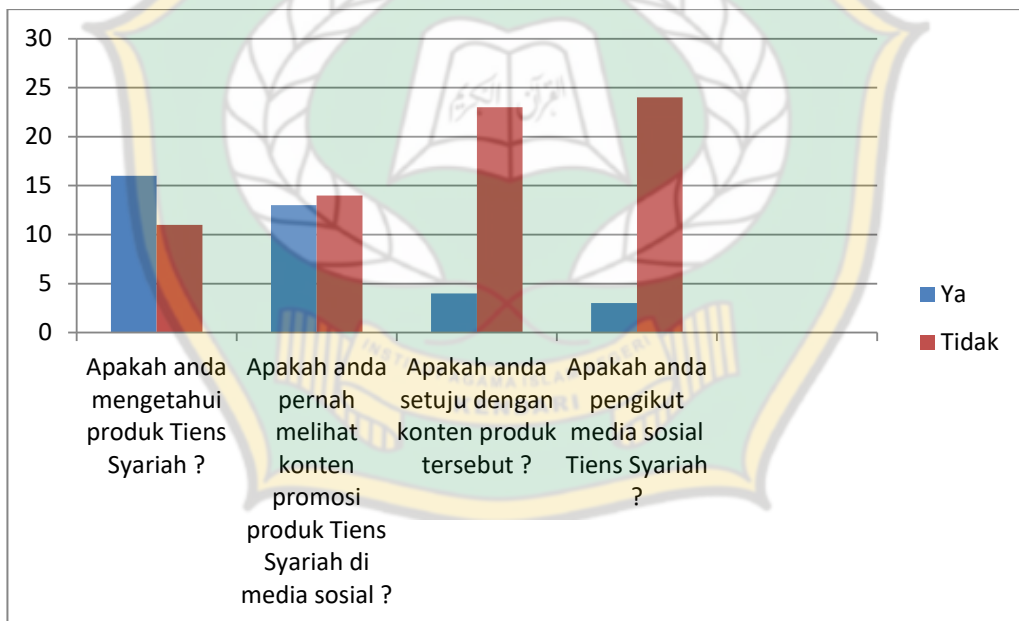
Oleh karena itu pandangan mahasiswa prodi Hukum Ekonomi Syariah sangat dibutuhkan dalam penelitian ini terhadap konten promosi produk berlabel Syariah di media sosial pada produk Tiens Syariah. Apalagi mahasiswa sebagian besar telah menggunakan media sosial, misalnya WhatsApp, Facebook, Instagram dan lain-lain sehingga mereka dapat melihat berbagai konten promosi produk di media sosial termasuk konten promosi produk Tiens Syariah.

Tiens Syariah adalah sebuah perusahaan berbasis bisnis Multi Level Marketing asal negara China. Tiens merupakan bisnis MLM yang bergerak pada produk suplemen herbal dan alat kesehatan yang mengacu pada warisan pengobatan tradisional China.

Untuk mengetahui bagaimana Pandangan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Konten Promosi Produk Berlabel Syariah di

Media Sosial Pada Produk Tiens Syariah di Kota Kendari, maka penulis melakukan wawancara tertulis melalui angket google form dan wawancara melalui WhatsApp kepada mahasiswa prodi Hukum Ekonomi Syariah dan Distributor Tiens.

Berdasarkan hasil angket di google form penulis lakukan kepada beberapa mahasiswa prodi Hukum Ekonomi Syariah terkait Pandangan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Konten Promosi Produk Berlabel Syariah di Media Sosial Terhadap Produk Tiens di Kota Kendari seluruh responden yang diteliti menunjukkan jawabanyang hampir sama, hal ini dapat dilihat dengan gambar diagram dibawah ini:



Sumber: Hasil jawaban mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2018 dan 2019 melalui angket google form

Berdasarkan grafik diatas yang diperoleh dari hasil jawaban angket melalui google form dengan mahasiswa prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah IAIN Kendari angkatan tahun 2018-2019 dengan jumlah 27 mahasiswa yang menjawab angket dari 4 pertanyaan dengan

menggunakan indikator Ya/Tidak. Dari 22 mahasiswa yang menjawab, pertanyaan pertama yang menjawab Ya ( 16 mahasiswa ) dan Tidak ( 11 mahasiswa ), pertanyaan kedua yang menjawab Ya ( 13 mahasiswa ) dan Tidak ( 14 mahasiswa ), pertanyaan ketiga yang menjawab Ya ( 4 mahasiswa ) dan Tidak ( 23 mahasiswa ) dan yang keempat yang menjawab Ya ( 3 mahasiswa ) dan Tidak ( 24 mahasiswa ).

Berdasarkan penjelasan grafik diatas dapat kita ketahui bahwa yang mengetahui Tiens Syariah berjumlah 16 mahasiswa dan yang tidak mengetahui berjumlah 11 mahasiswa dari 27 mahasiswa yang telah menjawab angket penelitian serta mahasiswa yang pernah melihat konten promosi Tiens Syariah di media sosial berjumlah 13 mahasiswa dan yang tidak pernah melihat berjumlah 14 mahasiswa. Namun ada 4 mahasiswa yang setuju dengan konten promosi Tiens Syariah tersebut dan 23 mahasiswa yang tidak setuju dengan konten promosi yang di promosikan oleh distributor melalui media sosial yang berbau vulgar dan yang menjadi pengikut media sosial Tiens Syariah berjumlah 3 mahasiswa dan yang tidak mengikuti berjumlah 24 mahasiswa.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa 27 mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah yang telah menjawab angket melalui geogle from, lebih banyak mahasiswa yang tidak setuju dengan adanya konten promosi yang vulgar pada produk yang berlabel syariah. Para mahasiswa yang tidak setuju menganggap bahwa produk yang berlabel syariah tidak sepatasnya mempromosikan produknya dengan sebuah gambar atau caption yang tidak sopan untuk dipublikasikan.

Pandangan adalah proses perbuatan memandang yang menghasilkan pengetahuan dan pendapat. Pandangan juga dapat diartikan persepsi merupakan proses pengamatan seseorang berasal dari komponen kognisi. Persepsi ini dipengaruhi oleh faktor-faktor pengamatan, cakrawala dan pengetahuannya.

Untuk mengetahui Bagaimana pandangan mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah terhadap konten promosi produk berlabel Syariah di media sosial pada produk Tiens Syariah di Kota Kendari, maka penulis melakukan wawancara tertulis melalui angket google form kepada mahasiswa IAIN Kendari fakultas Syariah prodi Hukum Ekonomi Syariah. Dari hasil jawaban melalui angket google form mengenai pandangan pada Mahasiswa IAIN Kendari Fakultas Syariah prodi Hukum Ekonomi Syariah faktannya ternyata banyak mahasiswa yang mengetahui konten promosi yang beredar di sosial media dan banyak yang tidak setuju dengan adanya konten tersebut dimana di dalam konten mengumbar aurat yang tidak semestinya ( vulgar ) diperlihatkan di media sosial di samping itu produk yang di promosikan ini adalah produk yang berlabel Syariah.

Pernyataan di atas seperti yang dikatakan oleh satu mahasiswa inisial W prodi Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2019, menyatakan bahwa :

“Menurut saya, konten promosi yang ditampilkan oleh tiens syariah seperti gambar diatas tidak berdasarkan pada konsep syariah seperti yang melekat pada produk mereka. Konten promosi tersebut jelas menampilkan gambar yang berbau pornografi yang dengan tegas dilarang dalam syariat Islam sebagaimana firman Allah yang mengisyaratkan kepada setiap wanita untuk menutup aurat mereka dengan cara mengulurkan jilbab keseluruh tubuh.”

Jawaban di atas di perkuat oleh hasil jawaban angket menurut inisial O mahasiswi prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2019, menyatakan bahwa:

“Saya kurang setuju dengan adanya konten promosi yang dipublikasikan karena produk yang di jual berlabelkan syariah yang dimana tidak menerapkan ajaran Islam terutama dalam bermuamalah.”

Jawaban ini juga dikuatkan oleh hasil jawaban angket menurut inisial R mahasiswi prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2018, menyatakan bahwa:

“tidak mendidik dan tidak wajar dijadikan sebagai contoh untuk mempromosikan produk yang berlabel Syariah”

Jawaban diatas juga diperkuat oleh hasil jawaban angket menurut inisial B mahasiswi prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2019, menyatakan bahwa:

“sangat tidak baik untuk dijadikan bahan promosi apa lagi mengatas namakan syariah, karena di dalam promosi tersebut mengandung gambar yang tidak pantas untuk diperlihatkan “

Jawaban ini juga diperkuat oleh hasil jawaban angket menurut inisial F mahasiswi prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2018, menyatakan bahwa:

“sangat tidak layak untuk ditampilkan dimedia sosial apa lagi untuk produk yang berlabel Syariah “

Berdasarkan hasil jawaban wawancara tertulis di atas melalui google form dapat diketahui bahwa mahasiswa tidak setuju dengan konten promosi yang di promosikan dimedia sosial yang menggunakan gambar vulgar dan kalimat berbau pornografi disamping produk



tersebut telah berlabel Syariah. Pandangan mahasiswa di atas sependapat dengan Distributor yang melihat konten promosi yang berbaur pornografi di unggah oleh Distributor lain, dimana hasil jawaban wawancara melalui WhastsApp kepada Distributor Tiens Syariah yang berinisial N yang mengatakan bahwa:

“pastinya setiap distributor memiliki banyak perbedaan dalam hal penjualan, namun ada sedikit hal yang menganjat dalam hal promosi yang menurut saya tidak sesuai dengan Syariat seperti gambar – gambar dalam promosinya yang kadang membuka aurat, pernah juga saya dapat gambar perempuan yang hanya memakai pakaian dalam saja, itu menurut pandangan saya lebih vulgar sekali atau merusak pemandangan mata, akan tetapi selain itu saya tidak pernah merasa tersaingi oleh distributor lain karena kami memperoleh bonus dari perusahaan.”

Jawaban diatas juga dikuatkan oleh salah satu Distributor Tiens Syariah berinisial R yang mengatakan bahwa :

“menurut saya terkait dengan konten promosi yang dilakukan oleh distributor lainnya sangat tidak terpuji apa lagi sekarang anak dibawah umur sudah menggunakan handpone “

Jawaban diatas diperkuat juga oleh salah satu Distributor Tiens Syariah berinisial R yang mengatakan bahwa:

“menurut saya postingan distributor Tiens lain ada yang baik dan ada yang kurang tidak pantas di publikasikan di media sosial seperti gambar atau tulisan yang kurang sopan, karena kita harus berpikir produk yang kita promosikan ini sudah berlabel Syariah. “

Namun dari 27 mahasiswa yang menjawab angket ada 4 mahasiswa yang menyatakan setuju dengan adanya konten promosi tersebut seperti yang dikatakan oleh inisial A mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2019, mengatakan bahwa:

“Dulu Sy sering melihat terkait dengan konten Iklan tiens namun tidak sefulgar itu, di akun Resminya pun begitu, mungkin itu oknum

reseller ya krna terkait juga dengan jualannya obat peningkat birahi jadi ditambahkan gambar-gambar seperti itu.”

Jawaban lain yang tidak setuju berasal dari mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2018 berinisial F, yang mengatakan bahwa:

” biasa saja dengan adanya konten tersebut “

Berdasarkan hasil analisis penulis dari hasil jawaban responden diatas dapat dilihat bahwa mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah sebagian besar tidak menyetujui adanya konten promosi yang berbau pornografi/vulgar disamping produk itu telah berlabel Syariah, karena di media sosial tidak hanya orang dewasa saja yang menggunakan melainkan anak-anak dan remaja yang belum pantas untuk melihat sesuatu yang tidak sepatasnya dilihat. Dan dari hasil di jawaban di atas juga ada mahasiswa yang setuju namun jawaban menurut mereka masi belum pasti antara setuju dan tidak setuju.