

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Desa pada saat ini tidak terlepas dari program pembangunan yang paling utama oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Begitu banyak permasalahan di wilayah perdesaan yang harus menjadi perhatian semua pihak dan para stakeholder. Kesejahteraan masyarakat desa merupakan sebuah harapan dan cita-cita yang ingin diwujudkan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah, guna menciptakan masyarakat desa yang madani. Salah satu solusi yang dapat mewujudkan masyarakat sejahtera yaitu melalui pemberdayaan masyarakat. Hambatan dan permasalahan yang ada dalam pemberdayaan masyarakat, salah satunya dalam pengembangan produk desa memerlukan strategi dan solusi yang tepat. Salah satu solusi yang tepat dalam menangani permasalahan tersebut adalah dengan menerapkan dan memanfaatkan teknologi sebagai upaya dalam peningkatan pemasaran produk desa (Reinold, 2021).

Menurut (Arisandi, 2018), kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Manfaat internet semakin sangat terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet ini. Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sector kehidupan yang telah menggunakan dari teknologi itu sendiri.

Periklanan yang berbasis digital menjadi trend di era internet, para pemilik merek mulai menjadikan media digital sebagai promosi dan pemasaran yang baru. Media sosial telah mengubah bagaimana konsumen berinteraksi dan bagaimana perusahaan memasarkan produk sebagai peluang usaha yang siap dipasarkan dan dijual. Strategi promosi penjualan era digital dengan media

social sangat lebih menarik dan banyak diminati perkembangan zaman dan trend masyarakat yang saat ini mereka lebih sering menggunakan media internet (Kristy Andriyani, 2021)

Namun perkembangan ini juga membawa dampak yang negatif. Dengan kondisi yang ada banyak penjual yang memanfaatkan momen atau situasi jual beli untuk melakukan penipuan, kecurangan, dan tidak profesional maupun tidak beretika. Perdagangan bagi umat muslim merupakan salah satu kegiatan untuk memenuhi hajat di dunia dan akhirat maka bagi umat muslim hendaknya melakukan perdagangan tersebut sesuai dengan etika atau tingkah laku untuk memenuhi prinsip keadilan dan prinsip kesetaraan guna mensejahterakan masyarakat (Novy Yulia Sekar Putri, 2022).

Pemasaran Islam dapat mengatasi semua masalah tersebut dengan berpegang teguh pada prinsip bahwa segala yang terjadi dalam transaksi perdagangan harus dapat dipertanggung jawabkan kepada Allah SWT dan selalu ingat akan balasan hukuman akhirat yang akan diterima kelak. Karena etika merupakan aturan-aturan yang mengatur seseorang dalam bertingkah laku terhadap sesuatu yang dianggap benar atau salah, baik maupun buruk dimana aturan tersebut timbul dalam suatu masyarakat.

Rasulullah Saw. Telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang saling ridho (Lestari, 2019). Menurut (Aslami M. B., 2021), adapun etika bisnis dalam Islam sebagaimana telah di contohkan oleh Rasulullah SAW sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, diantaranya adalah:

1. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis ialah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam hal ini, beliau bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya” (H.R. AlQuzwani). “Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami” (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis.

Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru dibagian atas.

2. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta'awun (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.
3. Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Dalam sebuah Hadis Riwayat Bukhari, Nabi bersabda, “Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual tetapi hasilnya tidak berkah”. Dalam Hadis Riwayat Abu Zar, Rasulullah saw mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis, dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat (H.R. Muslim). Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.

Sebagaimana ayat dalam QS. An-Nisa ayat 29 yang berkaitan dengan pemasaran syari'ah :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kau saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa ayat 29)*

Surah An-Nisa ayat 29 tersebut merupakan larangan tegas mengenai memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan yang bathil. Memakan harta sendiri dengan jalan bathil adalah memebelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan cara bathil ada berbagai cara, seperti pendapat Suddi yaitu memakannya dengan jalan riba, judi, menipu, dan menganiaya. Termasuk juga dalam jalan yang bathil ini segala jual beli yang dilarang syara' (Taufiq, 2018).

Wahbah Az-Zuhaili juga menafsirkan ayat tersebut dengan kalimat janganlah kalian ambil harta orang lain dengan cara haram dalam jual beli, jangan pula dengan riba, judi, merampas dan penipuan. Akan tetapi dibolehkan bagi kalian untuk mengambil harta milik selainmu dengan cara dagang yang lahir dari keridhaan dan keikhlasan hati antara dua pihak dan dalam koridor syari'. Tijarah merupakan usaha memperoleh untung jual beli. Taradhi yaitu saling rela merupakan kesepakatan yang sama-sama muncul antar kedua pihak pelaku transaksi, jual beli tanpa ada unsur penipuan.

Menurut (Sudiarti, 2018), jual beli merupakan transaksi yang umum dilakukan masyarakat, baik untuk memenuhi kebutuhan harian maupun untuk tujuan investasi. Secara etimologi jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain. Ada beberapa istilah yang dipergunakan untuk jual beli yaitu *al-ba'i* yaitu menyerahkan barang dan menerima pembayaran, *asy-syira'* yakni memasukkan zat ke dalam hak milik dengan imbalan, *al-mubadah* (pertukaran), dan *tijarah* (perniagaan anatar manusia atau pertukaran antara kehidupan dunia dengan akhirat). Sedangkan menurut terminologi, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual (yaitu pihak yang menyerahkan atau menjual barang) dan pembeli (sebagai pihak yang membayar atau membeli barang yang dijual). Menurut (Isma Padillah, 2021) ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam barang yang manfaatnya mubah, memenuhi persyaratan sahnya jual beli menurut syariat, tetapi tidak mendapat legalitas dari pemerintah karena menghindari dari pajak, yaitu :

a. Status Hukum Jual Beli Barang Ilegal Secara Syariat

Dalam kajian hukum syariat, selama transaksi itu tidak melanggar aturan syariat, statusnya sah. Masalah administrasi dan pajak tidak mempengaruhi keabsahan transaksi, karena hukum jual beli adalah halal. Ketika barang itu memiliki sifat yang mubah, maka barang itu sah ditransaksikan dan hukum jual belinya mubah

b. Pertimbangan Sisi Legalitas

Pada prinsipnya setiap kaum muslimin memiliki hak untuk menjual barang tanpa harus dibebani pajak. Karena itu, jika seorang muslim membawa barang yang ilegal, dalam arti tidak terkena pajak ketika masuk ke negaranya, maka ini sama sekali tidak mempengaruhi keabsahan transaksi. Dan tidak menunaikan apa yang menjadi kewajibannya diperbolehkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan seorang trader yang bernama Haris, PT. Medania Raya Sejahtera berdiri pada tahun 2018. PT. Medania Raya Sejahtera merupakan perusahaan yang memasarkan produknya ke pasar. Perusahaan tersebut memproduksi seperti arang tempurung kelapa, tepung tapioka, dan sapu lidi. Akan tetapi perusahaan tersebut lebih dominan memproduksi arang tempurung kelapa. Pada tahun 2020, masa itu terjadinya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan penurunan pendapatan. Pendapatan menurut Islam dapat dikatakan sebagai Ijarah. Ijarah secara Bahasa berarti upah, sewa, jasa atau imbalan. Sementara itu ijarah secara istilah adalah akad yang lazim atas suatu manfaat pada waktu tertentu dengan harga tertentu. Wahbah al-zuhaily menjelaskan ijarah menurut bahasa, yaitu *ba'I al-manfaah* yang berarti jual beli manfaat (Imsar, 2020). Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi penurunan pendapatan selama masa pandemi Covid-19 dan memperluas jangkauan pemasaran produk adalah dengan mengadakan digitalisasi promosi dan pemasaran produk. Pada awal tahun 2022 perusahaan tersebut mengubah sistem pemasaran atau promosi produk mereka dengan cara mempromosikan produknya menggunakan digital berbasis website, tetapi tidak hanya berbasis website saja, perusahaan PT. Medania Raya Sejahtera juga

menggunakan sosial media dalam mempromosikan produknya antara lain Instagram, Facebook, serta Whatsaap Bisnis, dengan begitu omset perusahaan tersebut mengalami kenaikan dalam penjualan produknya. Berikut penjelasan dan spesifikasi produk yang diproduksi oleh PT. Medania Raya Sejahtera.

Tabel 1.1 Penjelasan dan Spesifikasi Produk

No	Produk	Spesifikasi
1	Arang Tempurung Kelapa	Kelas: Premium Kandungan Karbon: >96% Kadar Air: 12% - 15% Kadar Abu: <2,5% (Maksimum) Detail Kemasan: Tas Goni Plastik
2	Sapu Lidi	Panjang: 80 – 120 cm Kondisi: Kering (Tidak Berjamur) Warna: Kekuningan Kehijauan Detail

Sumber : PT. Medania Raya Sejahtera

Berdasarkan tabel diatas arang tempurung kelapa merupakan salah satu sumber daya berharga lainnya yang dapat dibuat dari kelapa. Arang tempurung kelapa banyak digunakan sebagai bahan bakar industri. Arang tempurung kelapa juga digunakan untuk memproduksi karbon aktif yang banyak digunakan dalam industri dan kecantikan. Arang tempurung kelapa juga terkenal sebagai bahan bakar memasak dan sebagian besar koki menggunakan arang tempurung kelapa sebagai bahan bakar karena baunya yang menyenangkan. Dan yang terakhir sapu lidi yang terbuat dari daun pelepah sawit. Sebagian besar diproduksi di Sumatera Utara, Sumatera Barat dan Riau. Sapu-sapu sawit ini digunakan untuk membersihkan permukaan yang kasar sangat baik menolak debu.

Alasan saya mengambil judul ini karena ingin mengkaji lebih dalam tentang inovasi promosi produk usaha masyarakat dengan cara digital menggunakan

website dan faktor apa yang mempengaruhi digitalisasi promosi suatu produk berbasis website pada PT. Medania Raya Sejahtera.

Berdasarkan penjelasan diatas maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang “Inovasi digitalisasi promosi produk usaha masyarakat berbasis website di Medan Denai (PT. Medania Raya Sejahtera)”.

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang peneliti ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Jumlah penjualan menurun sebelum menggunakan digital dalam mempromosikan produknya
2. Kendala perusahaan PT. Medania Raya Sejahtera dalam melakukan promosi produk menggunakan digital

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian yaitu :

1. Bagaimana inovasi promosi produk usaha masyarakat dengan cara digital menggunakan website di PT. Medania Raya Sejahtera ?
2. Apa faktor yang mempengaruhi perusahaan PT. Medania Raya Sejahtera melakukan promosi suatu produk secara digital berbasis website ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui inovasi promosi produk usaha masyarakat dengan cara digital menggunakan website di PT. Medania Raya Sejahtera
2. Untuk mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi digitalisasi promosi suatu produk berbasis website pada PT. Medania Raya Sejahtera

E. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan akan diperoleh manfaat, diantaranya:

1. Secara teoritis bagi peneliti, penelitian ini di harapkan mampu memberikan informasi baru sebagai sarana pembelajaran dan penerapan ilmu, menambah informasi baru sebagai sarana pemebelajaran dan penerapan ilmu, menambah pengalaman serta menjadi karya ilmiah yang dapat dibaca.
2. Bagi Perusahaan PT. Medania Raya Sejahtera dapat menjadi masukan dan penambahan pelaksanaan lapangan untuk promosi produk dengan cara digital .
3. Bagi Akademisi, hasil dari penelitian ini mampu menjadi salah satu bahan referensi dan masukan serta informasi tentang inovasi digitalisasi promosi produk usaha masyarakat berbasis website pada PT. Medania Raya Sejahtera.
4. Bagi Stakeholder, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dan pedoman bagi UMKM terhadap inovasi digitalisasi promosi produk usaha masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam membantu perekonomian.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN