

**STRATEGI JUAL BELI *SMARTPHONE* DI KECAMATAN
UJUNG KOTA PAREPARE
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)**



2020

**STRATEGI JUAL BELI *SMARTPHONE* DI KECAMATAN
UJUNG KOTA PAREPARE
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)**



2020

**STRATEGI JUAL BELI SMARTPHONE DI KECAMATAN
UJUNG KOTA PAREPARE
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Hukum**

Program Studi

Hukum Ekonomi Syariah

Disusun dan diajukan oleh

RIKA ABRIANTI

NIM : 15.2200.012

Kepada

PAREPARE

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rika Abrianti
Judul Skripsi : Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung
Kota Parepare (Analisis Manajemen Syariah)
Nomor Induk Mahasiswa : 15.2200.012
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : No. B.3420/In.39/PP.00.09/12/18

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Sitti Jamilah Amin, M.Ag.

NIP : 19760501 200003 2 002

Pembimbing Pendamping : Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M.

NIP : 19711111 199803 2 003

Mengetahui:

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Dekan



Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc., M.Ag.

NIP. 19711214 200212 2 002

SKRIPSI
STRATEGI JUAL BELI SMARTPHONE DI KECAMATAN UJUNG KOTA
PAREPARE
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)

Disusun dan diajukan oleh

RIKA ABRIANTI
NIM: 15.2200.012

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 14 Januari 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan
Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Sitti Jamilah Amin, M.Ag. (.....)
NIP : 19760501 200003 2 002
Pembimbing Pendamping : Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. (.....)
NIP : 19711111 199803 2 003

Rektor IAIN Parepare

Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Nama Mahasiswa : Rika Abrianti
Judul Skripsi : Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung
Kota Parepare (Analisis Manajemen Syariah)
Nomor Induk Mahasiswa : 15.2200.012
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : No. B.3420/In.39/PP.00.09/12/18
Tanggal Kelulusan : 14 Januari 2020

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Sitti Jamilah Amin, M.Ag.	Ketua	(.....)
Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M.	Sekretaris	(.....)
Dr. Rahmawati, M.Ag.	Anggota	(.....)
Dr. Arqam. M. Pd.	Anggota	(.....)

Mengetahui:
Rektor IAIN Parepare



Prof. Ahmad Sultra Rustan, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, rahmat dan hidayah-Nya. Tak lupa pula penulis kirimkan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi yang menjadi panutan kita semua. Penulis dapat menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam” di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda Alm. Abbas dan Ibunda Hj. Nuraeni atas segala jerih payah, pengorbanan dalam mendidik, membimbing dan mendoakan penulis dalam setiap langkah selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan studi (S1). Terima kasih juga untuk kakak, om dan tante atas bantuan dan dukungan baik berupa moril maupun materil selama penulis menjalani pendidikan di IAIN Parepare.

Selain itu, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Dr. Sitti Jamilah, M.Ag dan Ibu Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M selaku pembimbing utama dan pembimbing pendamping, atas segala bimbingan, bantuan yang telah diberikan.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan, menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Hj. Rusdaya Basri Lc., M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Ibu Hj. Sunuwati, Lc., M.HI. sebagai ketua program studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah banyak memberi dukungan kepada kami sebagai mahasiswa program studi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
5. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
6. Jajaran staf administrasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
7. Seluruh informan penulis di Toko Penjualan *Smartphone* Kecamatan Ujung Kota Parepare, sebagai lokasi penelitian, baik dari Frontliner, Promotor dan Pembeli *smartphone* yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis, yang sangat dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Saudara dan Sahabat, terkhusus Randi Saputra, Rudi Setiawan, Rizal Rainaldi, Sukmawati Yahya, dan Bampess yang selalu memberikan bantuan dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Serta teman-teman dan segenap kerabat yang tidak sempat disebutkan satu persatu.
9. Semua teman-teman mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, terkhusus prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2015 yang telah memberikan dorongan, semangat dan perhatian kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis tidak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT berkenan menilai sebagai kebajikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Rika Abrianti
NIM : 15.2200.012
Tempat/TanggalLahir : Parepare, 22 Oktober 1997
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Judul Skripsi : Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung
Kota Parepare (Analisis Manajemen Syariah)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang ditulis ini benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebahagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 20 Januari 2020

Penyusun



RIKA ABRIANTI
15.2200.012

ABSTRAK

Rika Abrianti, *Strategi Jual Beli Smartphone Di Kecamatan Ujung Kota Parepare (Analisis Manajemen Syariah)*. (Dibimbing oleh Sitti Jamilah dan Syahriyah Semaun).

Penelitian ini membahas tentang Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung Kota Parepare. Strategi dalam sebuah perusahaan harus dapat melakukan penggantian strategi-strategi perusahaan yang sesuai, agar dapat mempertahankan citra hidup perusahaan. Persaingan yang semakin tajam dan perubahan-perubahan yang terus terjadi harus dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran secara proaktif mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi baik untuk masa sekarang dan akan datang. Masyarakat Kota Parepare sudah memasuki taraf perkotaan dimana kebutuhannya akan *smartphone* sangat tinggi namun mereka tidak asal pilih untuk penentuan sebuah keputusan. Kebutuhan *smartphone* telah menjadi kebutuhan gaya hidup yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat modern saat ini. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak *smartphone* yang menawarkan produknya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan teknologi dalam hal berkomunikasi. Seperti toko-toko penjualan *smartphone*, mereka membutuhkan strategi yang baik dalam jual beli *smartphone* karena melihat yang terjadi sekarang kegiatan bisnis jual beli *smartphone* yang semakin meningkat di kalangan masyarakat. Proses jual beli dapat dipertahankan, bahkan cara baru untuk memasarkan produk juga bisa kita temukan dan membuat pelanggan semakin loyal. Adapun strategi pemasaran yang baik sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah saw., Jujur mengenai barang yang ditawarkan.

Penelitian ini menggunakan Kualitatif, *field research* (penelitian lapangan) yang diperoleh melalui data primer dengan metode wawancara dan observasi. Adapun teknik analisis data menggunakan reduksi data dan Kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi jual beli *smartphone* di Kecamatan Ujung Kota Parepare menggunakan strategi perencanaan, implementasi dan evaluasi. 2) Tinjauan manajemen syariah terhadap strategi jual beli *smartphone* di Kecamatan Ujung Kota Parepare yaitu, penetapan harga termasuk adil hal ini ditunjukkan dengan adanya harga langsung dari perusahaan dan harga dari toko itu sendiri dan bersikap jujur dalam mempromosikan atau memasarkan *smartphone*.

Kata Kunci : Strategi, Jual Beli, *Smartphone*, Manajemen Syariah.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGAJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teoritis	8
2.2.1 Strategi	8
2.2.2 Manajemen Syariah	11
2.2.3 Jual Beli	22
2.2.4 <i>Smartphone</i>	26
2.3 Tinjauan Konseptual	27
2.4 Bagan Kerangka Pikir	29

BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.3 Fokus Penelitian	31
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Strategi Jual Beli <i>Smartphone</i>	35
4.1 Analisis Manajemen Syariah Tentang Strategi Jual Beli <i>Smartphone</i>	50
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Fikir	29

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
1	Surat Izin Pelaksanaan Penelitian
2	Surat Izin Penelitian
3	Format Wawancara
4	Surat Keterangan Wawancara
5	Surat Keterangan Selesai Penelitian
6	Dokumentasi
7	Riwayat Hidup Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan jaman di era globalisasi dan perubahan lingkungan yang begitu cepat serta permasalahan ekonomi yang begitu kompleks mengharuskan suatu perusahaan untuk efektif dalam melakukan operasional, agar dapat mengikuti perkembangan dan perubahan zaman yang ada, maka perusahaan harus dapat melakukan penggantian strategi-strategi perusahaan yang sesuai, agar dapat mempertahankan citra hidup perusahaan.¹

Salah satu usaha yang saat ini sangat gencar dilakukan oleh masyarakat adalah melakukan kegiatan bisnis, bisnis adalah suatu mata rantai yang menghubungkan antara pemasok dengan pelanggan. Setiap orang, dalam kehidupan mereka sehari-hari, akan selalu melihat atau kebutuhan langsung dengan berbagai jenis kegiatan perusahaan. Misalnya kegiatan bisnis jual beli *smartphone* yang semakin meningkat di kalangan masyarakat, saat ini pengguna *smartphone* dapat melakukan banyak hal, mulai dari kegiatan yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari sampai yang berkaitan masalah pekerjaan.

Perkembangan pemakaian *smartphone* di Kota Parepare pada jaman sekarang ini sangatlah pesat. *Smartphone* di Kota Parepare sudah menjadi kebutuhan utama bagi sebagian kalangan. Kalangan tersebut antara lain pebisnis. Mulai dari pebisnis tingkat atas atau profesional atau para pelaku bisnis pemula. Pemakaian *smartphone*

¹Gunawan Adisaputro, *Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, (Bandung: UPP STIM YKPM, 2014), h. 38.

di kota Parepare tidak hanya di kalangan atas, tetapi juga dari kalangan bawah seperti tukang ojek. Bahkan pelajar sekolah dasar pun sudah menggunakan *smartphone*.

Masyarakat Kota Parepare sudah memasuki taraf perkotaan dimana kebutuhannya akan *smartphone* sangat tinggi namun mereka tidak asal pilih untuk penentuan sebuah keputusan. Semakin majunya teknologi informasi dan taraf hidup masyarakat mengakibatkan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kualitas, pelayanan dan produk yang digunakan. Kebutuhan *smartphone* telah menjadi kebutuhan gaya hidup yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat modern saat ini. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak *smartphone* yang menawarkan produknya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan teknologi dalam hal berkomunikasi.

Penggunaan *smartphone* di masyarakat saat ini sangat luas dimana hampir di setiap tempat, penggunaan alat komunikasi seperti *smartphone* telah menjadi salah satu kebutuhan karena *smartphone* dapat mendukung komunikasi antar masyarakat, seperti yang diketahui dimana komunikasi selalu dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan menggunakan *smartphone* pengguna dapat memperoleh informasi dan berkomunikasi dengan mudah.

Semakin banyak pemakai *smartphone* makin banyak pula perusahaan memproduksi *smartphone* dengan bermacam-macam merek. Terdapat beberapa merek *smartphone* yang bersaing antara lain Samsung, Iphone, Vivo, Oppo, Xiaomi, Huawei, Asus, Lenovo, dan lain-lain. Banyaknya jenis dan merek *smartphone* yang ditawarkan di pasar membuat konsumen memiliki banyak pilihan dan hal ini sangat mendorong para produsen untuk menjual produknya dengan kualitas yang baik dan harga yang kompetitif.

Tingginya minat pembeli untuk kalangan anak muda dan ibu-ibu saat ini, mereka cenderung menggunakan atau mengganti-ganti produk *smartphone* yang mereka gunakan karena ingin mengikuti perkembangan zaman dan sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan, seperti halnya kemajuan dalam dunia teknologi terutama dalam bidang komunikasi dan fitur-fitur yang ada di *smartphone*.

Dilihat dari kalangan anak muda dan ibu-ibu, pola konsumsi mereka biasanya disesuaikan dengan kebutuhan yang mendukung kegiatan mereka seperti menjual online shop, mengerjakan tugas bagi siswa dan mahasiswa. Anak muda dan ibu-ibu saat ini mencari *smartphone* yang harganya terjangkau dan kualitas produk yang bagus terutama fitur kamera untuk foto selfie dan kapasitas RAMnya pun yang tinggi. Tetapi kenyataannya salah satu produk *smartphone* yang mengandalkan kamera percantik untuk foto selfie, tampilan gambar yang didapatkan dari kamera *smartphone* tersebut tidak real atau tidak sesuai dengan wajah asli pengguna *smartphone* tersebut. Apabila seseorang hilang lalu dicari sama polisi itu susah ditemukan karena foto dengan wajah aslinya berbeda.

Setiap strategi memerlukan peninjauan ulang dan bahkan mungkin perubahan di masa depan, salah satu alasan utama mengapa demikian halnya adalah karena kondisi yang selalu berubah-ubah pula. Perkataan lain manajemen strategi dimaksudkan agar organisasi menjadi satuan yang mampu menampilkan kinerja yang tinggi karena organisasi yang berhasil adalah organisasi yang tingkat efektivitas dan produktivitasnya makin lama makin tinggi. Hanya dengan demikianlah tujuan dan berbagai sasarnya dapat tercapai dengan hasil yang memuaskan.

Proses dan sistem manajemen yang diterapkan Rasulullah bersifat tidak mengikat bagi para pemimpin dan umat setelahnya. Persoalan hidup terus

berkembang, berubah searah dengan putaran waktu dan perbedaan tempat. Yang dituntut oleh syariat adalah para pemimpin dan umatnya harus berpegang teguh pada asas manfaat dan masalah, serta tidak menyalah-nyalakan ketentuan nash syari'. Namun, mereka tidak terikat untuk mengikuti sistem manajemen Rasul dalam pemilihan pegawai, misalnya, kecuali, jika metode itu memberikan asas masalah yang lebih, maka ia harus mengikutinya. Jika ia menolaknya, ini merupakan bentuk pengkhianatan terhadap amanah. Hal ini diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya.²

Persaingan yang semakin tajam dan perubahan-perubahan yang terus terjadi harus dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran secara proaktif mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi baik untuk masa sekarang dan akan datang. Ditengah maraknya penggunaan perencanaan strategi dan banyaknya nama dan istilah manajemen strategi, sebenarnya yang ingin dicapai oleh perusahaan yang menjalankan Manajemen strategi adalah; perusahaan ingin berhasil dari waktu ke waktu, ditengah berbagai perubahan-perubahan yang terjadi. Apa yang membuatnya berhasil? Sudah disadari, bahwa operasional perusahaan sehari-hari sangat penting dan tidak pernah bisa diabaikan.

Perusahaan membutuhkan operasi efisien, tepat waktu dan cepat. Tapi lebih dari itu, bila terkait dengan lingkungan dan masa depan, maka mereka juga harus berfikir yang sifatnya strategis, misalnya tentang visi, tentang pilihan cara-cara pencapaiannya, dan sebagainya. Jadi, di saat pengambil keputusan strategi melihat

²Isnani Ayunia, *Manajemen Syariah*, <http://zenal-pml.blogspot.com/favicon.ico> (10 Januari 2019)

bagaimana organisasinya dimasa datang. Manajemen strategi, organisasi bisa memiliki gambaran menyeluruh atas organisasinya.³

Mengikuti perkembangan dan perubahan zaman yang ada, maka perusahaan harus dapat mempertahankan citra hidup perusahaan. Strategi jual beli membutuhkan sebuah strategi dalam proses produksi sampai proses pemasaran, agar usaha jual beli yang dijalani dapat berkembang seperti yang diinginkan. Selain itu teknik pemasaran bisa dikatakan sebagai kunci keberhasilan dari jual beli produk. Teknik pemasaran yang baik didukung oleh strategi pemasaran yang efektif.

Proses jual beli dapat dipertahankan, bahkan cara baru untuk memasarkan produk juga bisa kita temukan dan membuat pelanggan semakin loyal. Adapun strategi pemasaran yang baik sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah saw., Jujur mengenai barang yang ditawarkan “Seorang muslim tidak dihalalkan menjual suatu barang yang di dalamnya terdapat cacat kepada saudaranya, melainkan ia harus menjelaskannya kepada saudara tersebut”.⁴

Sabda Rasulullah diatas menjelaskan bagaimana wajibnya seorang penjual untuk menjelaskan keadaan barang yang akan dijualnya. Akan tetapi, apa yang terjadi di kota Parepare menurut hasil penelitian awal peneliti, peneliti mendapatkan bahwa ada seseorang yang menjual *smartphone* yang tidak jujur mengenai barang yang ditawarkan kepada pembeli. Hal seperti inilah yang tidak sesuai dengan manajemen syariah terutama mengenai strategi pemasaran yang dicontohkan oleh Rasulullah saw.

³M. Taufik Amir, *Manajemen Strategik; Konsep dan aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 7-8.

⁴Maryam Imran, *10 Cara Berdagang Rasulullah SAW*, <http://www.akhwatmuslimah.com/2015/12/21/4042/10-cara-berdagang-rasulullah/> (01 Juni 2019)

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan penulis di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.1.1 Bagaimana strategi jual beli *smartphone* di Kecamatan Ujung Kota Parepare?
- 1.1.2 Bagaimana analisis manajemen syariah terhadap strategi jual beli *smartphone* di Kecamatan Ujung Kota Parepare?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1 Untuk mengetahui strategi jual beli *smartphone* di Kecamatan Ujung Kota Parepare.
- 1.2.2 Untuk mengetahui analisis manajemen syariah terhadap strategi jual beli *smartphone* di Kecamatan Ujung Kota Parepare.

1.3 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

- 1.3.1 Sebagai salah satu karya ilmiah maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk perkembangan ilmu pengetahuan, menambah wawasan peneliti dan pembahas khususnya mengenai strategi jual beli *smartphone*.
- 1.3.2 Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah karya-karya ilmiah yang dapat dijadikan sebagai literature atau sumber acuan dalam penelitian yang adarevansinya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sejauh pengetahuan peneliti ada beberapa karya yang mengungkap tentang jual beli HP, akan tetapi belum khususnya ditemukan penelitian yang membahas tentang Strategi Jual Beli *Smartphone* di kecamatan Ujung Kota Parepare (Analisis Manajemen Syariah). Maka peneliti memaparkan beberapa hasil penelitian lain yang berkaitan dengan jual beli HP diantaranya :

Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli HP Second di Desa Segoroyoso Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul yang tertulis oleh R. Jauhar Arifin,⁵ membahas tentang jual beli *handphone second* yang mengandung unsur gharar, jual beli disini adalah masyarakat sebagai pihak pembeli dan counter sebagai pihak penjual *handphone*. Undang-undang perlindungan konsumen juga digunakan dalam penyusunan skripsi ini.

Hasil kesimpulan dari skripsi tersebut adalah Jual Beli HP *second* di Desa Segoroyoso menunjukkan bahwa pelaksanaan jual beli telah memenuhi syarat dan rukun sah jual beli dan tidak bertentangan dengan hukum Islam. Perlindungan terhadap konsumen telah dilaksanakan dengan pemberian hak khiyar dan garansi dalam jual beli tersebut. Secara umum perlindungan konsumen dalam jual beli HP *second* di Desa Segoroyoso telah sesuai dengan hukum Islam.

⁵R. Jauhar Arifin, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli*” Skripsi Strata Satu Hukum Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, (2009), Yogyakarta.

Skripsi lain yang membahas mengenai jual beli handphone ditemukan dalam skripsi yang berjudul *Praktek Banggel Handphone Di Jogjatronik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Yang Disusun Oleh Misbahul Fata mengenai praktek banggel handphone di Jogjatronik*. Salah satu contoh transaksi *banggel handphone* di Jogjatronik yaitu ketika ada seorang konsumen yang menanyakan salah satu merek *Handphone* pada salah satu konter dan konter tersebut tidak mempunyai barang yang dicari oleh konsumen tersebut, tetapi penjual mengatakan bahwa ia mempunyai barang tersebut, dan diambilkan ke konter lain.⁶

Berdasarkan uraian di atas, ditemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai praktik jual beli HP namun pada penelitian yang akan peneliti teliti disini terdapat persamaan dan perbedaan. Kesamaan dari penelitian yang peneliti lakukan adalah terdapat pada metode penelitian yang dilakukan yaitu metode penelitian kualitatif yang menggambarkan apa yang terjadi di lapangan. Sementara yang membedakan dengan penelitian yang diteliti, peneliti lakukan selain terdapat pada segi tempat dan objek tentu memperoleh data yang berbeda pula. Dan pelaksanaan strategi jual beli *smartphone* di kecamatan Ujung kota Parepare, serta pisau analisis dalam membedah penelitian ini. Hal yang mendorong peneliti tertarik lebih jauh meneliti tentang kajian ini digunakan manajemen syariah.

⁶Misbahul Fata, "*Praktek Banggel Handphone Di Jogjatronik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*", Skripsi Strata Satu Hukum Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, (2009), Yogyakarta.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Strategi

Menurut Fredy Rangkuti dalam bukunya yang berjudul teknik pembedahan kasus bisnis analisis SWOT, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dalam tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.⁷ Strategi adalah rencana tentang bagaimana organisasi tersebut akan menang bersaing, dan bagaimana organisasi akan menarik serta memuaskan para pelanggannya untuk mencapai tujuan.⁸

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam ukuran waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat.

Menurut Etimologi Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *stratageta* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.⁹

⁷Fredy Rangkuti, *Teknik Pembedahan Kasus Bisnis Analisis SWOT* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 3-4.

⁸Stephen P. Robins, Mary Coulter, *Manajemen: Ed X* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), h. 231.

⁹Sofyan Assuari, *Panajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 168.

Dari beberapa penjelasan diatas, maka yang dimaksud dengan strategi yaitu suatu rencana atau teknik yang dilakukan perusahaan, tentang bagaimana mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2.2.1.1 Proses Strategi

Menurut Stephen P. Robbins dan Mary Coulter Proses strategi adalah proses yang memandu perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi, walaupun yang pertama menjelaskan perencanaan yang harus dilakukan, implementasi dan evaluasi juga sama pentingnya. Bahkan strategi terbaik pun dapat saja gagal bila manajemen tidak mengimplementasikan atau mengevaluasinya secara layak.¹⁰

Proses strategi menjadi bentuk penyederhanaan situasi nyata, proses strategi berorientasi pada suatu sistem yang satu kesatuan yang paling berhubungan, perencanaan tanpa pengimplementasian, dan evaluasi akan gagal dan tidak berjalan dengan baik maka dari itu perusahaan harus menjalankan 3 proses strategi.

a. Perencanaan Strategi

Perencanaan melibatkan penetapan serangkaian tindakan yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan strategi yang meliputi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil) agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (misi), dan mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta mengukur dan menetapkan kelemahan dan kekuatan internal dan menetapkan tujuan jangka panjang (analisa SWOT).

¹⁰Stephen P. Robbins, Mary Coulter, *Manajemen*, h. 214.

b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi perusahaan diharapkan menetapkan atau merumuskan tujuan perusahaan, memikirkan dan merumuskan kebijakan, motivasi karyawan serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dilaksanakan. Mengimplementasikan berarti menggerakkan para karyawan dan manajer untuk menempatkan strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan yang nyata. Implementasi strategi memerlukan kinerja dan disiplin yang tinggi tetapi juga diimbangi dengan imbalan yang memadai. Tantangan implementasi adalah menstimulir para manajer dan karyawan melalui organisasi agar mau bekerja dengan penuh kebanggaan dan antusias ke arah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

c. Evaluasi Strategi

Evaluasi dan pengawasan strategi merupakan tahap terakhir di dalam proses strategi. Evaluasi strategi adalah cara untuk mengetahui informasi keadaan, apakah strategi yang diterapkan masih efektif dan efisien atau tidak lagi dapat diterapkan. Semua strategi dapat dimodifikasi di masa datang karena faktor eksternal internal perusahaan secara konstan berubah. Evaluasi dibutuhkan karena kesuksesan hari ini tidak menjamin kesuksesan masa yang akan datang. Pada dasarnya evaluasi strategi mencakup 3 hal, yaitu:

- 1) Mereview faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar bagi strategi yang sedang berlangsung.
- 2) Mengukur kinerja yang telah dilakukan, dan

3) Mengambil berbagai tindakan perbaikan.¹¹

Evaluasi strategi sangat diperlukan sebab keberhasilan perusahaan, tidak menjadi jaminan keberhasilan perusahaan dimasa yang akan datang. Apabila satu satu dari ketiga 3 hal tersebut tidak ada maka evaluasi tidak sesuai dengan keberhasilan perusahaan tersebut.

2.2.2 Manajemen Syariah

Manajemen dalam bahasa Arab disebut dengan *idarah*. Kata *idarah* diambil dari kata *adartasy-syai'a* dalam *Elias' Modern Dictionary English Arabic* kata *management* (inggris) sepadan dengan kata *tadbir*, *idarah*, *siyasah* dan *qiyadah* dalam bahasa Arab. *Tadbir* merupakan bentuk masdar dari kata kerja *dabbara*, *yudabbiru*, *tadbiran*. *jaditadbir* berarti penertiban, pengaturan, pengurusan, perencanaan dan persiapan.¹²

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia manajemen berarti:

- 1) Penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran.
- 2) Pimpinan yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi.¹³

Sedangkan secara istilah, Muhammad Abdul Jawwad memberikan pengertian bahwa manajemen adalah aktifitas menertibkan, mengatur dan berpikir yang dilakukan oleh seseorang sehingga dia mampu mengurutkan, menata dan merapikan hal-hal yang ada disekitarnya, mengetahui serta menjadikan hidupnya selalu selaras dan serasi dengan yang lainnya.

¹¹NH Blogger's, *Manajemen Strategik*, <http://nhbloggers.blogspot.com/2010/02/manajemen-strategik.html> (17September 2019)

¹²Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), h. 13.

¹³Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*, h. 870.

Al-Quran juga terdapat penjelasan mengenai manajemen, yaitu pada Q.S Ash-Shaff /61:4 :



Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur, mereka seakan-akan seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.(Q.S Ash-Shaff /61:4)¹⁴

Beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen dalam Islam adalah aktifitas menertibkan, mengatur dan berpikir yang mengandung nilai-nilai keimanan dan ketauhidan, menata anggota kelompoknya dengan baik serta menerapkan sistem sesuai dengan al-Quran dan sunnah Rasul.

Menurut Didin dan Hendri dalam buku mereka Manajemen Syariah dalam Praktik, Manajemen bisa dikatakan telah memenuhi syariah bila: *Pertama*, manajemen ini mementingkan perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. *Kedua*, manajemen syariah pun mementingkan adanya struktur organisasi. *Ketiga*, manajemen syariah membahas soal sistem. Sistem ini disusun agar perilaku pelaku di dalamnya berjalan dengan baik. Sistem pemerintahan Umar bin Abdul Aziz, misalnya, adalah salah satu yang terbaik. Sistem ini berkaitan dengan

¹⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang:Syamil Quran, 2009), h.151.

perencanaan, organisasi dan kontrol, Islam pun telah mengajarkan jauh sebelum adanya konsep itu lahir, yang dipelajari sebagai manajemen ala Barat.¹⁵

Menurut Karebet dan Yusanto, syari'ah memandang manajemen dari dua sisi, yaitu manajemen sebagai ilmu dan manajemen sebagai aktivitas. Sebagai ilmu, manajemen dipandang sebagai salah satu dari ilmu umum yang lahir berdasarkan fakta empiris yang tidak berkaitan dengan nilai, peradaban (*hadharah*) manapun. Namun sebagai aktivitas, maka manajemen dipandang sebagai sebuah amal yang akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT, sehingga ia harus terikat pada aturan syara', nilai dan hadharah Islam. Manajemen Islami (syariah) berpijak pada aqidah Islam. Karena aqidah Islam merupakan dasar Ilmu pengetahuan atau *tsaqofah* Islam.

Manajemen sebagai ilmu (*science*) merupakan suatu kumpulan pengetahuan yang telah diorganisasikan secara sistematis dan telah diuji kebenarannya melalui percobaan atau pengamatan dengan cermat dan teliti, sedangkan pengetahuan sendiri merupakan keseluruhan fakta-fakta, nilai-nilai, asas-asas dan keterangan-keterangan yang diperoleh melalui belajar, penelaahan, ilham, intuisi serta pengalaman. Pengetahuan juga bias disebut sebagai ilmu apabila memenuhi beberapa syarat, diantaranya mempunyai objek pengenal, metode, sistematika dan bersifat umum.¹⁶

Manajemen hanya merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Dengan manajemen, daya guna dan hasil guna unsur-unsur

¹⁵Didin Hafidhudin & Hendri tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h. 25.

¹⁶Badrudin, *Dasar-Dasar Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 2.

manajemen akan dapat ditingkatkan.¹⁷ Manajemen sebagai seni, antara ilmu dan seni itu saling berkesinambungan, karena seni merupakan pengetahuan bagaimana mencapai hasil yang diinginkan, hal ini dapat diperoleh dari pengalaman, pengamatan dan pelajaran serta kemampuan untuk menggunakan pengetahuan manajemen.¹⁸

Demikian pula ketika kita melakukan sesuatu itu dengan benar, baik, terencana dan reorganisasi dengan rapi, maka kita akan terhindar dari keragu-raguan dalam menentukan sesuatu atau dalam melakukan sesuatu. Kita tidak boleh melakukan sesuatu yang didasarkan pada keragu-raguan karena biasanya akan melahirkan hasil yang tidak optimal dan mungkin akhirnya tidak bermanfaat.¹⁹

Proses-proses manajemen pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Perubahan yang tidak ada manfaatnya adalah sama dengan perbuatan yang tidak pernah direncanakan, maka tidak termasuk dalam kategori manajemen yang baik.²⁰

Pembahasan pertama dalam manajemen syariah adalah perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Jika setiap perilaku orang yang terlibat dalam sebuah kegiatan dilandasi dengan nilai tauhid. Hal ini berbeda dengan perilaku dalam manajemen konvensional yang sama sekali tidak bahkan terlepas dari nilai tauhid. Orang-orang yang menerapkan manajemen konvensional tidak merasa adanya

¹⁷Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT Bumi Aksara, Edisi Revisi), h. 9.

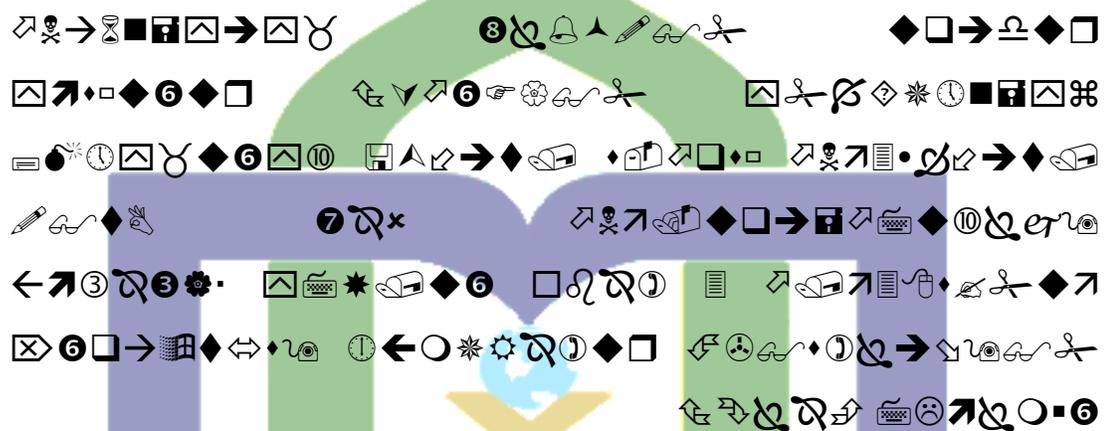
¹⁸G.R Terry dan L.W Rue, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), h. 2.

¹⁹Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h. 3.

²⁰Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, h. 3.

pengawasan melekat, kecuali semata-mata pengawasan dari pimpinan atau atasan. Setiap kegiatan dalam manajemen syariah, diupayakan menjadi amal saleh yang ternilai abadi.²¹

Hal kedua yang dibahas dalam manajemen syariah adalah struktur organisasi. Adanya struktur dan stratifikasi dalam Islam dijelaskan dalam Q.S. Al-An'am/6: 165.



Terjemahnya:

Dan Dia lah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebahagian kamu atas sebahagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu Amat cepat siksaan-Nya dan Sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.²²

Ayat tersebut menyatakan bahwa, Allah meninggikan seseorang di atas orang lain beberapa derajat. Hal ini menjelaskan bahwa dalam mengatur kehidupan dunia, peranan manusia tidak akan sama. Kepintaran dan jabatan seseorang tidak akan sama. Sesungguhnya struktur itu merupakan sunnatullah.²³ Ayat ini mengatakan bahwa

²¹Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, h. 5.

²²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 150.

²³Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, h. 5.

kelebihan yang diberikan itu merupakan ujian dari Allah dan bukan digunakan untuk kepentingan sendiri.

2.2.2.1 Prinsip – prinsip dalam Manajemen Syari'ah

Prinsip-prinsip yang dilakukan dalam menjalankan manajemen syariah:

1. Cara yang digunakan ialah dengan cara syariat Islam untuk mencapai yang diinginkan dalam berorganisasi.
2. Pengelolaan organisasi berdasarkan keridhoan Allah SWT.
3. Seni dalam mengelolah semua sumber daya dengan metodsyariah yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW.
4. Suatu perencanaan untuk memperoleh hasil yang lebih baik.
5. Suatu pengelolaan untuk memperoleh hasil yang optimal dalam memperoleh hasil sesuai dengan al-Qur'an dan Hadist.
6. Segala sesuatu yg berhubungan dengan ilmu manajemen konvensional yg diwarnai oleh aturan dalam al- Qur'an dan hadist.
7. Aqidah, akhlaq dan syariah dalam ajaran Islam.
8. Dalam fungsi manajemen sesuai al-Qur'an dan hadist.
9. Sesuatu yang dikembangkan oleh seseorang atau kelompok organisasi sesuai syariah .
10. Ilmu dalam Mengelolah perusahaan, organisasi, untuk memperoleh hasil yg optimal dalam mencari ridho Allah SWT.
11. Konsep syariah yg diambil dari ajaran al-Qur'an, sebagai dasar pengelolaan sebagai unsur-unsur manajemen agar terwujudnya keberhasilan.
12. Menjalankan fungsi-fungsi manajemen dalam aturan Islam.



Terjemahnya:

“Dan taatilah Allah dan RasulNya, jangalah kamu berbantah-bantahan yang menyebabkan kamu menjadi gentar, hilang kekuatanmu, dan bersabarlah, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar (Al-Anfal/ 8 : 46)”²⁵

Ayat tersebut menyatakan bahwa, bertaatlah kepada Allah dan Rasulullah janganlah kamu berselisih atau saling berdebat yang menyebabkan kamu menjadi gentar dan bahkan kekuatan kalian hilang sehingga tidak berdaya sama sekali. Maka ayat tersebut menekankan pentingnya tercipta kesatuan dalam segala tindakan.

3. Penggerakan (*actuating*)

Fungsi *actuating* merupakan bagian dari proses kelompok atau organisasi yang tidak dapat dipisahkan. Adapun istilah yang dapat dikelompokkan ke dalam fungsi ini adalah *directing commanding, leading dan coordinating*. Karena tindakan *actuating* sebagaimana tersebut di atas, maka proses ini juga memberikan *motivating*, untuk memberikan penggerakan dan kesadaran terhadap dasar dari pada pekerjaan yang mereka lakukan, yaitu menuju tujuan yang telah ditetapkan, disertai dengan memberi motivasi-motivasi baru, bimbingan atau pengarahan, sehingga mereka bisa menyadari dan timbul kemauan untuk bekerja dengan tekun dan baik

Al-Qur'an dalam hal ini telah memberikan pedoman dasar terhadap proses pembimbingan, pengarahan ataupun memberikan peringatan dalam bentuk *actuating* ini. Allah berfirman :

²⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 247.



Terjemahnya:

Sebagai bimbingan yang lurus, untuk memperingatkan siksaan yang sangat pedih dari sisi Allah dan memberi berita gembira kepada orang-orang yang beriman, yang mengerjakan amal saleh, bahwa mereka akan mendapat pembalasan yang baik. (QS. Al-Kahfi : 2)²⁶

Ayat diatas menyatakan bahwa, untuk memberikan penggerakan dan kesadaran terhadap dasar dari pada pekerjaan yang mereka lakukan, yaitu menuju tujuan yang telah ditetapkan, disertai dengan memberi motivasi-motivasi baru, bimbingan atau pengarahan, sehingga mereka bisa menyadari dan timbul kemauan untuk bekerja dengan tekun dan baik.

4. Evaluasi (*Controlling*)

Controlling itu penting sebab merupakan jembatan terakhir dalam rantai fungsional kegiatan-kegiatan manajemen. Pengendalian merupakan salah satu cara para manajer untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi itu tercapai atau tidak dan mengapa terpai atau tidak tercapai. Selain itu *controlling* adalah sebagai

²⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 401.

konsep pengendalian, pemantau efektifitas dari perencanaan, pengorganisasian, dan kepemimpinan serta pengambilan perbaikan pada saat dibutuhkan.²⁷

Adapun ayat al-Qur'an yang berkaitan dengan evaluasi/*controlling* yaitu surat Q.S Al-Infitar/ 82 : 10-11.



Terjemahnya:

”10. Padahal Sesungguhnya bagi kamu ada (malaikat-malaikat) yang mengawasi (pekerjaanmu) 11.yang mulia (di sisi Allah) dan mencatat (pekerjaan-pekerjaanmu itu),”²⁸

Ayat tersebut menyatakan bahwa, sesungguhnya apa yang kamu kerjakan diawasi oleh malaikat-malaikat. Mulia di sisi Allah dan mencatat apa saja yang kamu kerjakan itu.

2.2.2.4 Dasar-dasar Manajemen Islam

Dengan mengacu kepada kata-kata yang mendekati makna manajemen, dalam ayat-ayat al-Qur'an yang mengandung kata-kata tersebut, maka dapat dipahami bahwa pada prinsipnya, manajemen Islam meliputi keadilan, amanah dan pertanggungjawaban, dan komunikatif. Tiga istilah tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Keadilan

²⁷Cari tugas, *Tujuan dan Fungsi Manajemen Syariah*, <http://pencariantugas.blogspot.com/2016/01/tujuan-dan-fungsi-manajemen-syariah.html> (20 Januari 2019)

²⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 876.

Keadilan, muncul dengan dua istilah dalam al-Qur'an, yaitu *al-'adl* dan *al-qisth*. Kata *al-'adl* menurut *al Raghib al-Asfahani*, adalah *al-musawat* (persamaan) (*al-Asfahani*). Kata ini digunakan dalam makna persamaan yang bersifat abstrak, seperti persamaan atau keadilan dalam bidang hukum. Pemerataan atau persamaan, sebagai makna dari kata *al-'adl*, adalah lawan dari kata *al-dulm* dan *al-jaur* (penindasan). Sedangkan *al-qisth* mengandung makna yang bersifat konkrit, dan karena itu kata ini dapat dipahami dalam makna pemerataan dalam distribusi barang, keseimbangan dalam menimbang barang dan sebagainya. Jadi dari dua kata ini dapat dipahami bahwa dasar manajemen dalam Islam, adalah adanya pemerataan yang harus dijalankan oleh pemimpin, khususnya pemerataan dalam hal materi. Dengan kata lain, seorang manajer, hendaknya tidak mengutamakan kepentingan diri sendiri, terutama dalam hal meraih materi, tetapi juga pemerataan penghasilan, kepada orang-orang yang dipimpinnya.

2. Amanah dan Pertanggungjawaban

Istilah amanah dan pertanggungjawaban dalam Islam, dapat dipahami dari firman Allah dalam Al-Qur'an surat Q.S al-Nahl/16:93.



Terjemahnya:

Dan kalau Allah menghendaki, niscaya Dia menjadikan kamu satu umat (saja), tetapi Allah menyesatkan siapa yang dikehendaki-Nya dan memberi

petunjuk kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Sesungguhnya kamu akan ditanya tentang apa yang telah kamu kerjakan.²⁹

Dan sesungguhnya kamu akan ditanya tentang apa yang kamu kerjakan. Kata amanah dalam ayat-ayat al-Qur'an mangacu kepada makna pelaksanaan segala sesuatu sesuai yang diperintahkan oleh agama. Semua makna kata amanah, seperti yang ditulis oleh al-Maraghi, baik amanah kepada sesama manusia, amanah kepada Tuhan, maupun amanah kepada diri sendiri, bermuara kepada adanya kewajiban untuk menjalankan tugas dengan sebaik-baiknya dan sejujurnya (Al-Maraghi). Pada konteks inilah, orang yang menerima amanah dituntut untuk profesional dalam menjalankan tugas. Jadi, seorang manajer harus melaksanakan tugas dengan sejujurnya dan seadil-adilnya.

3. Komunikatif

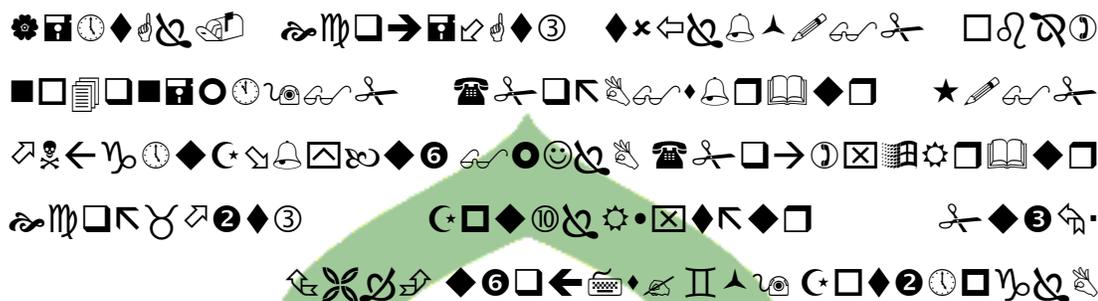
Dalam manajemen, komunikatif adalah sesuatu yang sangat penting untuk tercapainya tujuan yang diharapkan bersama. Tanpa komunikatif yang baik, segala yang telah dirancang dengan matang sekalipun, tidak akan berarti apa-apa. Segala sesuatu akan gagal, bagi seseorang manajer, komunikatif dengan orang-orang yang dipimpinnya, menjadi tidak dapat dielakkan. Setidak-tidaknya, manajer harus mengkomunikasikan dengan bawahannya, jika terdapat sesuatu yang perlu diselesaikan yang berkaitan dengan perusahaan atau organisasi yang dipimpinnya.

2.2.3 Jual Beli

Jual-Beli menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer adalah persetujuan saling mengingatkan antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga yang dijual.

²⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.378.

Perdagangan menurut bahasa berarti *al-bai'al-tijarah* dan *al-mubadalah*, sebagaimana Allah.SWT berfirman dalam QS. Fatir/ 35 : 29.



Terjemahnya:

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 mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.³⁰

Setelah menganalisa ayat tersebut dapat dipahami bahwa tujuan perdagangan adalah untuk memperoleh keuntungan-keuntungan yang dimaksud ialah keuntungan yang wajar dan baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli, dan perdagangan juga bertujuan untuk tidak saling merugikan supaya hubungan antara sesama manusia selalu hidup rukun dan damai.

Menurut istilah yang dimaksud jual-beli adalah sebagai berikut :

Menukar barang dengan atau uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.

- a. Pemilikan harta benda dengan jalan tukar-menukar yang sesuai dengan aturan syara'.

³⁰Kementrian Agama RI, *Direktorat Jenderal bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah*. 2012, h. 621.

- b. Saling tukar harta, saling menerima, dapat di kelola (*tasharruf*) dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara’
- c. Tukar menukar benda dengan benda yang lain dengan cara yang khusus (dibolehkan).
- d. Menukaran benda dengan benda yang lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan.
- e. Akad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap.³¹

Beberapa definisi di atas dapat di pahami bahwa jual-beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela 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.

Sebagaimana dikutip Gufron (5) menyampaikan definisi sebagai berikut :

“mempertukarkan harta dengan harta dengan tujuan pemiliknya menyerahkan milik”³² 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’.

³¹Henri Suhendi. *Fiqhi maumalah* (Jakarta PT Raja Grafindo persada, 2005), h. 68

³²Gufron A. Mas’adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Ed.1 Cet.1 Jakarta PT Raja Grafindo Persada 2002). h. 123.

Jual-beli menurut ulama Malikiyah ada dua macam, yaitu jual-beli yang bersifat umum dan jual-beli yang bersifat khusus. Berikut adalah kutipan jual-beli secara umum dan secara khusus menurut Malikiyah.

“Jual-beli dalam arti umum ialah suatu perikatan tukar menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan kenikmatan. Perikatan adalah hak yang mengikat dua belah pihak. Tukar menukar yaitu salah satu pihak yang menyerahkan ganti penukara atas suatu yang ditukarkan oleh pihak lain. Dan sesuatu yang bukan manfaat ialah bahwa benda yang ditukarkan adalah zat (berbentuk), ia berfungsi sebagai objek penjualan, jadi bukan manfaatnya atau bukan hasilnya. Sedangkan jual-beli dalam arti khusus ialah suatu perikatan tukar menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan bukan pula kelesatan yang mempunyai daya tarik penukarannya bukan emas dan bukan perak bendanya dapat diambil seketika (tidak ditangguhkan),³³ tidak merupakan utang baik barang itu ada dihadapan sipembeli maupun tidak, barang yang sudah diketahui sifat-sifatnya atau sudah diketahui terlebih dahulu.

2.2.3.2 Rukun Jual Beli

Salah satu bentuk transaksi, dalam jurnal beli harus ada beberapa hal agar akadnya dianggap sah dan mengikat. Beberapa hal tersebut disebut sebagai rukun. Ulama Hanafiyah menegaskan bahwa rukun jual beli hanya satu, yaitu ijab.

Menurut mereka hal yang paling prinsip dalam jual beli adalah saling rela yang diwujudkan dengan kerelaan untuk saling memberikan barang. Maka jika telah terjadi ijab, di situ jual beli telah dianggap berlangsung. Tentunya dengan adanya ijab, pasti ditemukan hal-hal yang terkait dengannya, seperti para pihak yang berakad,

³³Hendi Suhendi, *Fikhi Muamalah*, h. 70.

objek jual beli dan nilai tukarnya.³⁴ Pengertian rukun adalah sesuatu yang merupakan unsur pokok pada sesuatu, dan tidak terwujud jika ia tidak ada. Misalnya, penjual dan pembeli merupakan unsur yang harus ada dalam jual beli.³⁵

Menurut Mazhab Hanafi rukun jual beli hanya ijab dan kabul. Menurut ulama mazhab Hanafi yang menjadi rukun jual beli hanyalah kerelaan antara kedua belah pihak untuk berjual beli. Ada dua indikator yang menunjukkan kerelaan dari kedua belah pihak, yaitu dalam bentuk perkataan (*ijāb* dan *qabūl*) dan dalam bentuk perbuatan, yaitu saling memberi (penyerahan barang dan penerimaan uang).³⁶ Jika penjual dan pembeli tidak ada atau hanya salah satu pihak yang ada, jual beli tidak mungkin terwujud. Adapun rukun-rukun jual beli adalah sebagai berikut :

1. Ada Penjual ; Penjual adalah pihak yang memiliki objek barang yang akan diperjualbelikan. Dalam transaksi perbankan syariah, maka pihak penjualnya adalah bank syariah.
2. Ada Pembeli ; Pembeli merupakan pihak yang ingin memperoleh barang yang di harapkan, dengan membayar sejumlah uang tertentu kepda penjual.Pembeli dalam aplikasi bank syariah adalah nasabah.
3. Objek Jual Beli ; Merupakan barang yang akan digunakan sebagai objek transaksi jual beli. Objek ini harus ada fisiknya.

³⁴Imam Mustafa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2016) h. 25

³⁵Siti Mujiatun, "Jual Beli dalam Perspektif Islam: Salam dan Istishna", dalam *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* Volume 13 No.2 Tahun 2013 Edisi September, h. 205

³⁶M. Ali Hasan sebagaimana dikutip oleh Syaifullah M.S , "Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam", dalam *jurnal studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, Desember 2014: (371 -387), h. 376

4. Harga ; Setiap transaksi jual beli harus disebutkan dengan jelas harga jual yang disepakati antara penjual dan pembeli.
5. Ijab kabul (serah terima) antara penjual dan pembeli ; Merupakan kesepakatan penyerahan barang dan penerimaan barang yang diperjual belikan. Ijab Kabul harus di sampaikan secara jelas atau dituliskan untuk ditandatangani oleh penjual dan pembeli.³⁷

Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwa rukun-rukun jual beli ada 5 yaitu ada penjual dan ada pembeli dalam transaksi, objek jual beli seperti benda, harga yang ditawarkan kepada pembeli dan ijab kabul (serah terima) dalam bertansaksi.

2.2.4 *Smartphone*

Smartphone adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti ponsel cerdas. Bagi beberapa orang, ponsel cerdas merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, ponsel cerdas hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) atau terdapat papan ketik (baik sebagaimana jadi maupun dihubung keluar) dan penyambung VGA. Dengan kata lain, ponsel cerdas merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon.³⁸

³⁷Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 136-137.

³⁸Wikipedia bahasa Indonesia, *Ponsel cerdas*, https://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas (4Februari 2019)

2.3 Tinjauan Konseptual

2.3.1 Strategi

Strategi adalah penentuan rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai oleh perusahaan.

2.3.2 Manajemen Syariah

Manajemen syariah adalah suatu pengelolaan untuk aktifitas menertibkan, mengatur dan berpikir yang mengandung nilai-nilai keimanan dan ketauhidan, menata anggota kelompoknya dengan baik serta menerapkan sistem sesuai dengan al-Qur'an dan sunnah Rasul.

2.3.3 Jual Beli

Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela 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 ketentuan hukum.

2.3.4 Smartphone

Smartphone adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti ponsel cerdas. Bagi beberapa orang, ponsel cerdas merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi.

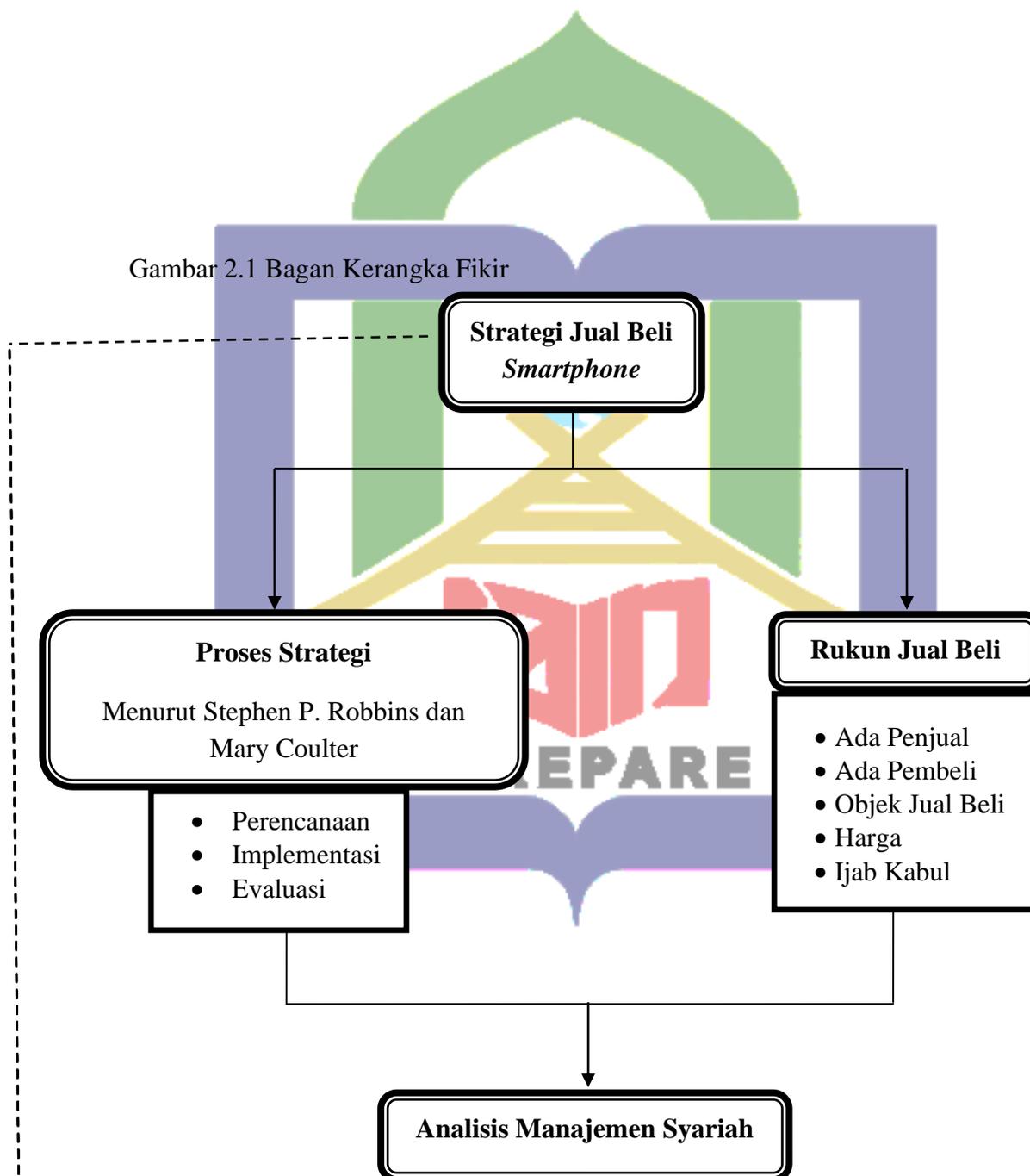
Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Strategi Jual Beli *Smartphone* dalam Manajemen Syariah adalah Suatu penelitian yang didasarkan pada system kerangka pikir, yang menyangkut perencanaan yang berfokus pada tujuan terhadap pekerjaan-pekerjaan yang berkenaan dengan unsur-unsur pokok dalam suatu tukar menukar telepon genggam yang canggih dalam pemindahan “milik dan kepemilikan”. Tujuannya adalah agar hasil yang ditargetkan dapat tercapai dalam menerapkan sistem sesuai dengan al-Quran dan sunnah Rasul.

2.4 Bagan Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran alur penelitian yang akan dilakukan nantinya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa kepustakaan dan penelitian lapangan dengan tujuan untuk mengetahui “Strategi Jual Beli *Smartphone* di Kecamatan Ujung Kota Parepare” dimana penulis ingin mengetahui Bagaimana strategi jual beli *smartphone*, kemudian setelah mengetahui strateginya. Dan penulis ingin mengetahui Apakah dalam proses jual beli *smartphone* sesuai dengan prinsip manajemen syariah.

Adapun judul yang diangkat penulis ialah untuk menganalisis strategi jual beli *smartphone*, apakah terealisasi sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen Islam. Untuk mempermudah pemahaman berikut digambarkan sebuah bagan kerangka pikirnya:

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Fikir



Prinsip Manajemen
Islam:

- Keadilan
- Amanah dan
Pertanggungjawaban
- Komunikatif

Kecamatan Ujung

Kota PAREPARE

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) apabila dilihat dari jenis datanya, penelitian ini menggunakan Kualitatif, *field research*. Terkait dengan itu, penelitian yang peneliti lakukan penelitian ini menggunakan metode kualitatif peneliti dapat mengenali subjek, merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari.³⁹ Bersumber dari beberapa masyarakat yang terlibat langsung dalam jual beli smartphone di Kecamatan Ujung Kota Parepare melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang bertujuan untuk menguraikan permasalahan dan pengumpulan fakta serta menguraikannya secara menyeluruh.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

³⁹Basrowi dan Suwandi, Memahami Penelitian Kualitatif (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 2

Penelitian ini dilakukan di kecamatan Ujung Kota Parepare dengan cara mewawancarai langsung beberapa masyarakat yang terlibat langsung dalam jual beli *smartphone*. Kecamatan Ujung berada ditengah-tengah pusat kota Parepare. Pusat dari segala kegiatan kemasyarakatan, pemerintahan maupun dalam pembangunan sehingga dapat dikatakan wilayah Kecamatan Ujung merupakan urat nadi perekonomian kota Parepare. Ada lima kelurahan dalam kecamatan ujung diantaranya: Kelurahan Labukkang, Kelurahan Ujung Sabbang, Kelurahan Ujung Bulu, Kelurahan Malusetasi dan Kelurahan Lapadde.⁴⁰

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dalam waktu kurang lebih 2 bulan lamanya, sejak rencana penelitian dalam bentuk proposal diseminarkan.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung Kota Parepare.

3.4 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan

Peneliti menggunakan beberapa sumber data dalam melakukan penelitian ini, baik sumber data primer maupun sekunder, adapun yang dimaksud dengan sumber data primer dan sekunder adalah :

3.4.1 Data primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari narasumber (tidak melalui perantara). Data ini dapat berupa opini subjek (orang)

⁴⁰Burhanuddin, *Profil Kecamatan Ujung*, <https://kecamatanujung.webs.com/profil.htm> (4 juli 2019)

secara individual, hasil observasi terhadap suatu kegiatan. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah data yang diperoleh dari hasil interview (wawancara) kepada frontliner (kepala toko), promotor (orang yang menjadi pendorong suatu usaha) dan pembeli yang ada dilapangan dengan tujuan agar penelitian ini memperoleh informasi yang lebih jelas.

3.4.2 Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dari buku-buku) yang mendukung atau memperkuat data primer yang ada. Dalam hal ini data skunder diperoleh dari:

1. Kepustakaan (buku-buku, skripsi)
2. Internet (download.pdf)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data-data yang kongkrit yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Adapun teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data antara lain:

3.5.1 Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai kondisi mengenai kondisi yang terjadi di lokasi penelitian. Dalam

penelitian ini penulis menggunakan observasi non partisipan yaitu penelitian yang tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.⁴¹

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk dilakukan pencatatan. Observasi sebagai alat pengumpul data dapat dilakukan secara spontan dapat pula dengan daftar isian yang telah disiapkan sebelumnya.⁴²

3.5.2 Wawancara

Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan informasi atau data dari subyek penelitian mengenai suatu masalah khusus dengan teknik bertanya bebas tetapi berdasarkan atas suatu pedoman yang tujuannya adalah untuk memperoleh informasi khususnya yang mendalam. Hasil dari wawancara ini akan dituliskan dalam bentuk interview transcript yang selanjutnya menjadi bahan atau data untuk dianalisis.

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya, yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan yang diwawancarai (*interviewee*). Wawancara adalah pengumpulan data yang amat populer, karena itu banyak digunakan diberbagai penelitian.⁴³

⁴¹Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 204.

⁴²Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 63.

⁴³Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. III, (Jakarta:Rajawali Pers, 2004), h. 108.

3.5.3 Dokumentasi

Teknik ini di samping untuk mencatat data yang terdapat dalam dokumen, juga untuk memperoleh gambaran yang lengkap tentang kondisi dokumen yang berkaitan dengan lokasi penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis data berupa dokumen yang terkait jual beli smartphone sehingga dapat mengambil suatu kesimpulan yang yang benar.

Menurut Suharsimi Arikunto metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal yang berupa catatan, stranskrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya.⁴⁴ Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder, sedangkan data-data yang dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara dan angket cenderung merupakan data primer atau data yang langsung didapat dari pihak pertama.⁴⁵

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, maka analisis data yang diterapkan adalah kualitatif. Pengumpulan data adalah kegiatan menguraikan atau menghimpun seluruh data yang telah didapatkan dari lapangan baik berupa hasil observasi, wawancara serta data-data yang berbentuk dokumen tertentu tanpa terkecuali. Penyajian data, upaya menyajikan data untuk melihat gambaran keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian ini. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kesimpulan

⁴⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 206.

⁴⁵Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial, Cet. I*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 69.

dan verifikasi, yaitu upaya untuk mencari makna terhadap data yang dikumpulkan, dengan mencari pola, hubungan, persamaan dari hal-hal yang sering timbul.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung Kota Parepare

Dalam teori strategi untuk mencapai tujuan yang diinginkan sebuah usaha jual beli *smartphone* dalam memasarkan produk (barang). Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana tentang bagaimana penjual *smartphone* akan menantang bersaing, dan bagaimana penjual *smartphone* akan menarik serta memuaskan para pelanggannya.

Ada beberapa bentuk persaingan yang sering terjadi dalam penjualan *smartphone*, salah satunya yaitu hal pemasaran seperti barang, harga, promosi dan lain-lain. Para penjual bersaing dalam menarik pelanggan untuk membeli produk (barang) jualannya. Sebelum memaparkan hasil penelitian ini, terlebih dahulu penulis

akan menguraikan 3 proses strategi yaitu perencanaan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi.

4.1.1 Perencanaan Strategi Dalam Jual Beli Smartphone Di Kecamatan Ujung Kota Parepare

Perencanaan melibatkan pendefinisian tujuan organisasi, penentuan strategi untuk mencapai tujuan itu, dan mengembangkan rencana untuk mengintegrasikan serta mengoordinasikan kegiatan kerja mereka. Perencanaan berhubungan dengan hasil akhir (apa) dan sasaran (bagaimana).⁴⁶

Perencanaan merupakan suatu proses untuk menetapkan kejadian dan kegiatan yang diperlukan untuk pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Dengan kata lain yaitu menetapkan dan memelihara suatu rencana operasi yang terintegrasi sejalan dengan sasaran dan tujuan perusahaan, baik jangka pendek maupun jangka panjang, menganalisa, merevisi, mengkomunikasikan kepada semua tingkat manajemen serta menggunakan sistem-sistem dan prosedur-prosedur yang cocok.

Perencanaan sangat penting dan diperlukan untuk mengoordinasikan dan mengarahkan kegiatan penjualan. Dengan perencanaan, sebuah perusahaan mungkin akan mengambil cara yang tepat untuk menghindari kerugian atau mempertahankan kelangsungan hidupnya. Karena perencanaan merupakan dasar untuk berjalannya fungsi pengendalian, maka dalam menyusun rencana tersebut harus dipertimbangkan secara seksama agar pelaksanaannya nanti tidak menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.⁴⁷ Hasil wawancara dengan Devi mengatakan bahwa:

⁴⁶Stephen p. robbins dan mary coulter, *manajemen, edisi X* (Jakarta: erlangga, 2010), h. 190.

⁴⁷Mencari dan Berbagi, *Perencanaan Penjualan*, <http://pustakateori.blogspot.com/2015/01/perencanaan-penjualan.html> (27 Juli 2019)

Strategi yang diberikan oleh perusahaan biasanya mengarahkan para promotor untuk memprospek *costumer* (pembeli) dan memperkenalkan fitur-fitur terbaru dalam beberapa *smartphone* jualannya.⁴⁸

Berdasarkan hasil pemaparan dari salah satu narasumber yang bernama Devi yang menyatakan bahwa strategi yang diberikan oleh perusahaan mengarah kepada promotor untuk memprospek *costumer* atau pembeli dan memperkenalkan fitur-fitur yang ada di produk *smartphone* tersebut.

Selanjutnya hasil wawancara dengan Noviyanti Ramlah mengatakan bahwa:

Kalau strategi itu sebenarnya promotor mempunyai strategi masing-masing dalam penjualan *smartphone* tergantung situasi dan kondisi, misalnya kalau tahun baru banyak yang ingin membeli *smartphone* strateginya itu banyak-banyak promosi salah satunya itu apabila pembeli ingin diantarkan ke rumahnya kita antarkan dengan free ongkir.⁴⁹

Narasumber Noviyanti Ramlah menyatakan bahwa setiap promotor mempunyai strategi masing-masing dalam penjualan *smartphone* tergantung situasi dan kondisi, contohnya apabila tahun baru banyak orang yang ingin membeli *smartphone* dan memperbanyak promosi dan memudahkan pembeli yang ingin membeli *smartphone* salah satunya mengantarkan *smartphone* yang ingin di beli pembeli ke rumah calon pembeli.

Hasil wawancara lain dari Ichzan mengatakan bahwa:

Apabila ada *costumer* atau pembeli datang di toko kami, kami menawarkan beberapa *smartphone* yang dijual dan memperkenalkan fitur-fitur terbaru dalam *smartphone* yang di jual dan memberikan penjelasan spesifikasi *smartphone*.⁵⁰

⁴⁸Devi bagian Frontliner CS 02 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁴⁹Noviyanti Ramlah bagian Promotor R2 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁵⁰Ichzan bagian Promotor Tamako CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

Ichzan menyatakan bahwa, menawarkan beberapa produk *smartphone* yang dijual dan memperkenalkan fitur-fitur terbaru dalam *smartphone* lalu memberikan penjelasan spesifikasi yang ada di *smartphone* tersebut.

Berbagai bentuk strategi dalam menjalankan suatu bisnis, pemilik toko memiliki banyak cara untuk bersaing menjual *smartphone*. Persaingan antara sesama penjual *smartphone* pasti terjadi, tetapi banyak cara yang dapat dilakukan dalam menyikapi persaingan tersebut. Hasil wawancara dari Nurginsah menyatakan bahwa:

Cara menghadapi persaingan dalam penjualan yaitu pelayanan yang baik, menjemput pembeli di depan toko dan ramah kepada pembeli. Agar pembeli puas membeli *smartphone* di toko kami.⁵¹

Hasil wawancara dari Nurgiansah mengatakan bahwa, pelayanan yang baik menjemput pembeli di depan toko dan ramah kepada pembeli. Agar pembeli puas membeli *smartphone* Untuk menghadapi persaingan dalam penjualan.

Hasil wawancara dari Risma menyatakan bahwa:

Untuk menghadapi persaingan kami memberikan promo yang berbeda dari toko-toko lain dan kami mengandalkan merek *smartphone* yang kami jual untuk lebih mudah dikenali dan secara tidak langsung akan mudah dipilih oleh *costumer* atau pembeli.⁵²

Risma mengatakan bahwa, Menghadapi persaingan penjualan dengan cara memberikan promo yang berbeda dari toko lain dan memperkuat merek *smartphone* untuk lebih mudah dikenali.

Salah satu persaingan dalam menjual *smartphone* yaitu memberikan promo. Promosi merupakan sarana untuk menjual produknya kepada konsumen melalui

⁵¹Nurgiansah bagian Promotor Master CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁵²Risma bagian Frontliner 24 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

komunikasi. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon *costumer* untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

Dalam skala prioritas jangka pendek dan perencanaan jangka panjang Devi mengatakan bahwa :

Ada jangka pendek yaitu strategi memberikan pastel kepada pembeli di bulan ramadhan dan tahun baru atau menjelang tahun baru dan ada juga jangka panjang yaitu membagikan brosur *door to door*, ke pasar, dan tempat keramaian.⁵³

Hasil wawancara dari Devi mengatakan bahwa, Prioritas jangka pendek yaitu memberikan pastel kepada pembeli di hari-hari tertentu. Dan prioritas jangka panjang iatu membagi-bagikan brosur *door to door* dan ke tempat keramaian.

Untuk jangka pendek kami memberikan promo agar menarik perhatian pembeli. Sedangkan jangka panjang kami bagi-bagi brosur dipinggir jalan.

Adapula hanya memprioritaskan perencanaan jangka panjang Risma dan Nurgiansah menyatakan bahwa:

Strategi di toko kami yaitu hanya Jangka panjang memberikan promo-promo kepada pembeli.

Hanya Jangka panjang bagi-bagi brosur setiap hari di pinggir jalan.

Berdasarkan hasil wawancara dari Frontliner dan promotor dapat disimpulkan bahwa skala prioritas jangka panjang ada yang memberikan promo dan ada juga yang setiap hari membagi-bagikan brosur di pinggir jalan.

⁵³Devi bagian Frontliner CS 02 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

Hasil kesimpulan diatas Penerapan perencanaan strategi penjualan *smartphone* dengan cara mengarahkan para promotor untuk memperkenalkan fitur-fitur yang ada di *smartphone* tersebut, memberikan banyak-banyak promosi dan memudahkan *customer* (pembeli) dalam membeli *smartphone* dengan cara mengantarkan *smartphone* itu ke rumah *customer* (pembeli).

4.1.2 Implementasi Strategi Dalam Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung Kota Parepare

Implementasi merupakan suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci. Implementasi yang baik membutuhkan orang yang andal untuk melaksanakan rencana tersebut. Salah satu cara terbaik untuk menemukan mereka adalah memiliki mereka dan melibatkan mereka dalam membuat rencana itu, demikian juga tenaga penjualan akan lebih cenderung untuk menerima rencana pemasaran jika perwakilan penjualan berpartisipasi dalam pembuatan rencana itu dan jika *volume* target dan harga masuk akal. Proses implementasi strategi pemasaran (ISP) akan memengaruhi citra merek dan reputasi perusahaan.

Tanpa implementasi pelaksanaan yang tepat, rencana yang telah di buat akan menjadi tidak efektif, implementasi menjadi langkah penting dalam perencanaan pemasaran. Sebuah rencana implementasi yang efektif menunjukkan kegiatan apa yang harus dilakukan, siapa yang akan bertanggung jawab atas pelaksanaan, waktu dan lokasi pelaksanaannya kapan, bagaimana implementasi itu akan dilakukan, bagaimana evaluasi dan pengendaliannya. Mengidentifikasi kegiatan yang perlu dilakukan, menunjuk orang-orang dan unit organisasional yang akan menyelesaikan masing-masing kegiatan. Tanggung jawab tindakan dapat dibagi antara dua fungsi

pemasaran atau lebih. Waktu dan lokasi pelaksanaan menentukan jadwal penyelesaian kegiatan dan di mana tindakan tersebut akan dilakukan.⁵⁴

Pelaksanaan kegiatan penjualan *smartphone* karyawan dapat termotivasi jika mereka bisa mendapat keuntungan/bonus. Setiap perusahaan dapat memberikan motivasi kepada karyawannya agar bisa meningkatkan kualitas kinerjanya. Jadi biasanya karyawan atau tim kerja Frontliner dan promotor mendapat motivasi itu dari pihak perusahaan atau toko. Seperti yang dikatakan oleh Devi selaku Frontliner, Noviyanti dan Ichzan selaku promotor:

Untuk bonus penjualan terkadang kami memberikan bonus/fee diakhir bulan kepada promotor sesuai dengan *quantity smartphone* dan tinggi rendahnya *type smartphone* yang dia jual. Kami juga biasanya memberikan bonus/fee kepada orang yang mengajak teman, kerabat atau kenalannya untuk membeli *smartphone* di toko kami.⁵⁵

Bonus penjualan yang diberikan oleh Devi selaku Frontliner kepada promotor diakhir bulan sesuai dengan *quantity smartphone* dan tinggi rendahnya *type smartphone* yang dijual. Dan biasanya memberikan bonus kepada orang yang mengajak kerabat atau kenalannya untuk membeli *smartphone*.

Hasil wawancara dari Noviyanti menyatakan bahwa:

Untuk bonus penjualan kami mendapatkan bonus/fee di akhir bulan dari perusahaan sesuai dengan *quantity smartphone* tergantung dari target penjualan yang di capai tiap bulannya.⁵⁶

⁵⁴Iconesia, *Implementasi Strategi Pemasaran*, <http://iconesia-isp.blogspot.com/2015/06/implementasi-strategi-pemasaran.html> (5 September 2019)

⁵⁵Devi bagian Frontliner CS 02 CELL, *wawancara oleh penulis* di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁵⁶Noviyanti bagian Promotor R2 CELL, *wawancara oleh penulis* di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

Kami mendapatkan bonus setiap bulannya, minimal 20 *smartphone* yang di jual.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Noviyanti dan Ichzan selaku promotor motivasi mereka semangat menjual karena mereka mendapatkan bonus/*fee* di akhir bulan dari perusahaan sesuai dengan *quantity smartphone* tergantung dari target penjualan yang dicapai.

Untuk meningkatkan strategi jual beli *smartphone* berdasarkan Pelaksanaan kegiatan penjualan *smartphone* karyawan dapat termotivasi dalam kegiatan pemasarannya tersebut untuk mencapai target yang diinginkan. Untuk lebih jelasnya mengenai implemetasi strategi jual beli *smartphone*, berikut uraiannya:

1. Penjual

Penjual adalah orang yang menjual barang/jasanya ke *customer* atau pembeli. Dan penjual mempertemukan dengan pembeli. Karyawan atau promotor sebagai penyedia barang/jasanya dalam sebuah perusahaan atau toko, karyawan atau promotor dituntut untuk dapat bertutur kata yang ramah, berpakaian rapi, sopan dan santun. Hal ini sesuai dengan apa yang ada di toko yaitu karyawan atau promotrnya berkualitas, memiliki kemampuan dan keterampilan yang layak dan merata dalam memasarkan produk *smartphone*. Pelayanan yang bersifat ramah, sopan, bertanggung jawab dan terpusat mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan. Hasil wawancara dari Randi selaku pembeli menyatakan bahwa:

Pelayanan promotor atau karyawan di toko ini cukup ramah dan sopan kepada saya maupun pembeli yang lain dan itu membuat saya merasa nyaman untuk belanja di toko ini.⁵⁷

⁵⁷Randi Saputra sebagai pembeli di CS 02 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

Hasil wawancara dari Randi mengatakan bahwa, pelayanan promotor cukup ramah dan sopan kepada pembeli dan merasa nyaman belanja.

2. Pembeli

Pembeli adalah Orang membeli atau menghabiskan nilai guna barang yang di belanjakan oleh Penjual. Pembeli yang melakukan kegiatan pembelian ataupun membeli secara berulang-ulang dikarenakan kepuasan yang diterimanya dari penjual. Dalam sebuah bisnis pelanggan sangat dibutuhkan untuk menjamin keberlangsungan dan juga keuntungan sebuah bisnis. Tanpa pelanggan yang tetap, maka bisnis yang dijalankan cenderung terombang-ambing dan lebih beresiko.

2.5 Objek Jual Beli

Objek dalam jual beli merupakan hal terpenting yang harus ada dalam transaksi jual beli karena objek tersebut termasuk ke dalam rukun jual beli. Benda yang menjadi objek jual beli harus benda tertentu atau dapat ditentukan, baik bentuk (wujud), jenis, jumlah, maupun harganya dan benda itu memang benda yang boleh diperdagangkan. Dengan demikian, benda yang dijualbelikan itu statusnya jelas dan sah menurut hukum, diketahui jelas oleh calon pembeli, dijual ditempat terbuka (umum), dan tidak mencurigakan calon pembeli yang jujur.

Penjual menawarkan *smartphone* yang berkualitas, sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pembeli untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pembeli. Hasil wawancara dengan Noviyanti mengatakan bahwa:

Smartphone yang ditawarkan kepada pembeli ada dua yaitu *smartphone* baru dan *smartphone second*.

Berdasarkan hasil pemaparan dari Noviyanti selaku promotor *smartphone* yang ditawarkan kepada pembeli ada dua yaitu *smartphone* yang baru masih tersegel dan *smartphone* yang *second* itu hasil dari tukar tambah *smartphone* yang sesuai keinginan pembeli.

Pendapat lain dari Nurgiansah mengatakan bahwa:

Smartphone yang ditawarkan kepada pembeli hanya *smartphone* baru. Apabila ada pembeli mau tukar tambah dengan hpnya kami melayaninya tapi hp pembeli di beli oleh teman saya, lalu hasil dari penjualan hp pembeli baru di tambah dengan *smartphone* baru.⁵⁸

Smartphone yang ditawarkan kepada pembeli hanya *smartphone* baru, apabila pembeli yang ingin tukar tambah dengan hp pembeli promotor melayani tapi hp tersebut dibeli oleh teman promotor, lalu hasil dari penjualan hp pembeli baru, ditambah dengan *smartphone* baru.

3. Harga

Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh *customer* kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Salah satu hal yang menjadi pertimbangan konsumen pada saat akan membeli barang, para penjual *smartphone* menetapkan harga sesuai harga nasional dan harga toko. Harga toko berbeda-beda kadang memberikan harga murah untuk menarik minat pembeli, sehingga barang yang disediakan oleh pedagang yang satu dengan yang lain berbeda, hal ini yang menimbulkan persaingan antara para penjual dari segi harga. Penetapan harga

⁵⁸Nurgiansah bagian promotor Master CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepre, 10 Juli 2019

merupakan suatu hal penting dalam kegiatan pemasaran. Perusahaan dan toko akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan dapat mempengaruhi total biaya. Strategi penetapan harga meliputi, biaya, keuntungan, persaingan dan permintaan. Sebagaimana dikatakan oleh Devi berdasarkan hasil wawancara dengan peneliti yang mengatakan bahwa:

Untuk *smartphone* second (hp bekas) biasanya kami memberikan harga tawar menawar, harganya di tentukan oleh toko kami. Sedangkan *smartphone non second* (hp baru) kami memberikan harga langsung atau harga nasional yang di tentukan oleh perusahaan.⁵⁹

Devi sebagai Frontliner menyatakan bahwa, harga *Smartphone second* (bekas) bisa di tawar, sedangkan harga *smartphone* baru itu harga nasional sudah ditentukan oleh perusahaan.

Hasil wawancara dari Noviyanti mengatakan bahwa:

Untuk *smartphone second* (hp bekas) biasanya kami memberikan harga tawar menawar, tergantung dari user dan owner hp. Sedangkan *smartphone non second* (hp baru) kami memberikan harga langsung atau harga nasional yang di tentukan oleh perusahaan.⁶⁰

Untuk harga *smartphone* second bisa ditawar tergantung dari *user* dan owner hp, sedangkan *smartphone* baru harga langsung dari perusahaan.

Hasil wawancara dari Risma menyatakan bahwa:

Kami memberikan harga langsung atau harga nasional untuk OPPO dan Vivo yang ditentukan oleh perusahaan. Sedangkan Samsung dan xiami harga toko.⁶¹

⁵⁹Devi bagian Frontliner CS 02 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁶⁰Noviyanti bagian Promotor R2 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁶¹Risma bagian Frontliner 24 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

Hasil wawancara dari Risma mengatakan bahwa, harga langsung atau harga nasional untuk *smartphone* merek OPPO dan VIVO yang ditentukan oleh perusahaan. Sedangkan *smartphone* merek Samsung dan Xiomi ditentukan oleh toko.

Hasil wawancara dari Randi selaku pembeli menyatakan bahwa:

Kalau menurut saya harga *smartphone* yang mereka tawarkan kepada saya cukup setara dengan spesifikasi yang ada di *smartphone* yang saya beli.

2.6 Ijab Qabul

Ijab adalah perkataan yang diucapkan oleh penjual, atau yang mewakilinya dalam mengutarakan kehendak hatinya yang berkaitan dengan akad yang dijalin. Sedangkan Qabul ialah perkataan yang diucapkan oleh pembeli, atau yang mewakilinya sebagai ekspresi dari kehendaknya berkaitan dengan akad tersebut.

Hasil kesimpulan diatas Implementasi strategi dalam pelaksanaan kegiatan penjualan *smartphone* karyawan dapat termotivasi jika mereka bisa mendapat keuntungan/bonus. Setiap perusahaan dapat memberikan motivasi kepada karyawannya agar bisa meningkatkan kualitas kinerjanya. Jadi biasanya karyawan atau tim kerja Frontliner dan promotor mendapat motivasi itu dari pihak perusahaan atau toko. Terkadang memberikan bonus/*fee* di akhir bulan kepada promotor sesuai dengan *quantity smartphone* dan tinggi rendahnya *type smartphone* yang di jual dan memberikan bonus/*fee* kepada orang yang megajak kerabat untuk membeli *smartphone*. Ada juga yang diberikan bonus/*fee* tergantung dari target penjualan yang dicapai.

4.1.3 Evaluasi Strategi Dalam Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung Kota Parepare

Evaluasi merupakan tahap akhir dalam manajemen strategi, dimana evaluasi sebagai suatu tindakan atau proses mengukur kemajuan, menunjang penyusunan rencana, serta memperbaiki atau melakukan penyempurnakaan kembali terhadap perencanaan perusahaan. Sebagaimana evaluasi adalah kegiatan atau proses untuk mengukur dan selanjutnya untuk menilai, sampai manakah tujuan yang telah dirumuskan sudah dapat dilaksanakan. Apabila tujuan yang telah dirumuskan itu direncanakan untuk dicapai secara bertahap.⁶²

Evaluasi strategi adalah cara bagi pelaku bisnis untuk mengevaluasi posisi perusahaan dalam upaya mencapai tujuan strategis. Evaluasi ini memberikan metode obyektif untuk menguji efisiensi dan efektivitas strategi bisnis, serta cara untuk menentukan apakah strategi yang sedang dilaksanakan adalah menggerakkan bisnis ke arah tujuan strategis yang dimaksudkan.⁶³ Ada beberapa ukuran yang dapat dievaluasi dalam pelaksanaan evaluasi strategi yaitu:

1. Pencapaian penjualan; Perusahaan atau toko pasti memiliki harapan agar barang dan jasa yang dijualnya laku. Target penjualan ini biasanya menghitung kesuksesan seorang promotor dari banyaknya barang yang berhasil ia jual atau banyaknya rupiah yang berhasil didapatkan. Jika pendapatan yang promotor peroleh bisa memenuhi atau malah melebihi target penjualan, maka promotor dianggap

⁶²Warniati, *Manajemen Strategi Dalam Peningkatan Kinerja Karyawan PT. MAKASSAR RAYA MOTOR CABANG PAREPARE (Analisis Manajemen Syariah)*, Skripsi Strata Satu Hukum Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), (2016), Parepare.

⁶³Samahita Wirotama, *Melakukan Evaluasi Strategi Yang Efektif*, <https://samahitawirota.com/melakukan-evaluasi-strategi-yang-efektif/> (5 September 2019)

berhasil memenuhi target penjualan tersebut. Sebagaimana dikatakan oleh Nurgiansah berdasarkan hasil wawancara dengan peneliti yang mengatakan bahwa:

Target penjualan *smartphone* merek OPPO minimal 30 unit perbulan, sedangkan target penjualan *smartphone* merek Samsung hasil penjualan yaitu Rp 280.000.000 perbulan.⁶⁴

Hasil wawancara dengan Nurgiansah yang mengatakan bahwa, target penjualan *smartphone* merek OPPO itu terjual minimal 30 unit perbulan. Sedangkan *smartphone* merek Samsung itu hasil penjualannya minimal Rp 280.000.000 perbulan.

Hasil wawancara dari Ichzan mengatakan bahwa:

Pencapaian target penjualan *smartphone* VIVO itu minimal 20 unit perbulan.

2. Marjin laba; selisih antara nilai penjualan setelah dikurangi semua biaya operasional dibagi jumlah penjualan, perhitungan laba sebagai perbandingan terhadap penjualan bersih dan modal perusahaan.
3. Pangsa pasar; bagian dari keseluruhan permintaan suatu barang yang mencerminkan kebutuhan konsumen menurut ciri khasnya.

Evaluasi kinerja menjadi salah satu bagian dari aktivitas strategi manajemen untuk dilakukan oleh perusahaan atau toko. Sebagai tolak ukur untuk menilai sejauh mana perusahaan atau toko telah efektif dalam mengimplementasikan rencana strategisnya, dalam upaya untuk mencapai target yang diinginkan. Setelah evaluasi strategi yang dipertahankan oleh Devi mengemukakan bahwa:

Kami mempertahankan strategi pelayanan yang baik kepada pembeli (*costumer*) agar kedepannya si pembeli dapat kembali membeli *smartphone* di toko kami. pembeli bisa saja menyebarkan mengenai penjualan di toko kami kepada rekan-rekan atau tetangganya sehingga toko kami bisa menjadi lebih dikenal. Semakin banyaknya pembeli yang merasa puas dan menjadi

⁶⁴Nurgiansah bagian Promotor Master CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

konsumen setia sehingga nama baik toko kamipun meningkat di mata semua pembeli.⁶⁵

Strategi yang dipertahankan adalah pelayanan yang baik kepada pembeli atau *costumer* agar kedepannya pembeli dapat kembali membeli *smartphone* lagi. Pembeli bisa saja menyebarkan mengenai penjualan kepada rekan-rekan atau tetangganya sehingga bisa menjadi lebih dikenal. Semakin banyaknya pembeli yang merasa puas dan menjadi konsumen setia sehingga nama baik toko meningkat di mata semua pembeli.

Hasil wawancara dari Randi mengatakan bahwa:

Saya memilih untuk membeli *smartphone* di CS 02 CELL karena kebanyakan dari keluarga, teman dan kerabat dekat saya sudah lama membeli *smartphone* di toko ini, karena produk yang dijual di toko ini adalah memang berkualitas.⁶⁶

Randi mengatakan bahwa, Memilih membeli *smartphone* di CS 02 CELL karena keluarga , teman dan kerabat dekat saya sudah lama membeli *smartphone* di toko ini, karena produk yang dijual di toko ini adalah memang berkualitas.

Hasil wawancara dari Noviyanti menyatakan bahwa:

Dari beberapa strategi yang kami pertahankan itu menjual *smartphone* di media sosial seperti *live di Facebook* dan *share di WhatApp*. saat ada yang mengunjungi *facebook* atau *whatsapp*, siapa pun itu, dapat melihat *live* atau status kami. Siapa tahu mereka jadi tertarik, Mereka yang tadinya tidak tahu menjadi tahu dan ingin membeli.⁶⁷

Strategi yang dipertahankan dalam penjualan yaitu menjual *smartphone* di media sosial seperti *live di Facebook* dan *share di WhapApp*.

⁶⁵Devi bagian Frontliner CS 02 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁶⁶Randi Saputra sebagai pembeli di CS 02 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁶⁷Noviyanti Ramlah bagian Promotor R2 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

Hasil wawancara dengan Ichzan yang mengemukakan bahwa:

Dari penjualan *smartphone* strategi bagi-bagi brosur yang kami pertahankan karena Membagikan brosur secara langsung di tempat keramaian kami mempromosikan atau memasarkan barang yang kami jual.⁶⁸

Ichzan mengatakan bahwa, menjual *smartphone* yang dipertahankan yaitu mebagi-bagikan brosur secara langsung di tempat keramaian dan mempromosikan atau memasarkan produk yang dijual.

Hasil wawancara dari Nurgiansah yang menyatakan bahwa:

Meyakinkan kepada pelanggan bahwa *smartphone* ini layak untuk dia, memberikan penjelasan dengan detail dan sopan sehingga konsumen merasa senang dan memahami semua kelebihan *smartphone* yang ditawarkan.⁶⁹

Nurgiansah mengatakan bahwa, strategi meyakinkan kepada pelanggan bahwa *smartphone* layak untuk di beli oleh si pembeli menjelaskan secara detail spesifikasi *smartphone* tersebut.

Hasil kesimpulan diatas Evaluasi terhadap strategi jual beli *smartphone* yaitu pertama strategi pelayanan yang baik kepada pembeli agar kedepannya si pembeli dapat kembali membeli *smartphone*, kedua strategi menjual *smartphone* di media sosial seperti *live* di *facebook* dan *share* di *whatsapp*. Ketiga strategi bagi-bagi brosur secara langsung di tempat keramaian dan keempat strategi meyakinkan kepada pelanggan bahwa *smartphone* layak untuk di beli oleh si pembeli menjelaskan secara detail spesifikasi *smartphone* tersebut.

⁶⁸Ichzan bagian Promotor Tamako CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁶⁹Nurgiansah bagian Promotor Master CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

4.2 Analisis Manajemen Syariah Tentang Strategi Jual Beli Smartphone Di Kecamatan Ujung Kota Parepare

Dalam pandangan ajaran Islam segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar tertib dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam. Arah pekerjaan yang jelas, landasan yang mantap, dan cara-cara mendapatkannya yang transparan merupakan amal perbuatan yang dicintai oleh Allah swt. Sebenarnya manajemen dalam arti mengatur segala sesuatu agar dapat dilakukan dengan baik, tepat, dan tuntas merupakan hal yang disyaratkan dalam ajaran Islam.

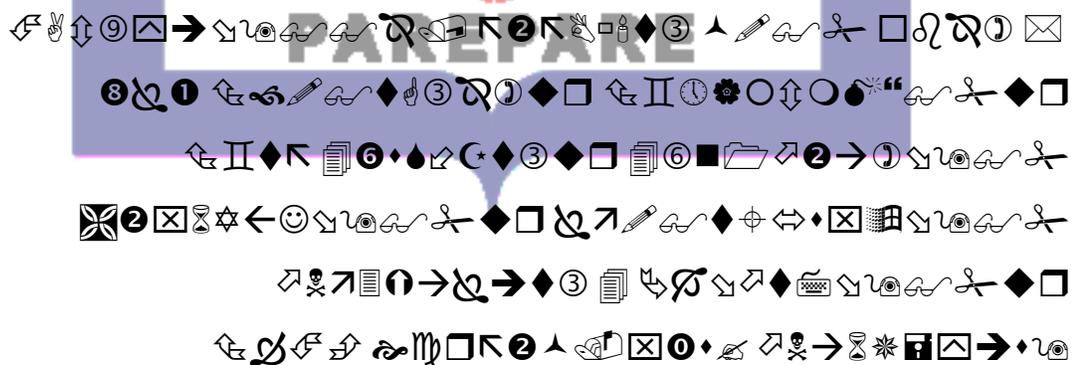
Manajemen syariah adalah seni dalam mengelola semua sumber daya yang dimiliki dengan tambahan sumber daya dan metode syariah yang telah tercantum dalam kitab suci atau yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad saw. Konsep syariah yang diambil dari hukum al-Qur'an sebagai dasar pengelolaan unsur-unsur manajemen agar dapat mencapai target yang diinginkan yang membedakan manajemen syariah dengan manajemen umum adalah konsep ilahiyah dalam implementasi yang sangat berperan.

Manajemen dalam Islam dikembangkan berdasarkan tema *tadbir*, ditinjau dari bentuk *lafadz-nya*, bersifat *mutlaq* yakni *lafadz* yang belum ada kaitannya atau batasan dengan *lafadz* lain yang mengurangi keseluruhan jangkauannya. Kemudian tema *tadbir* menjadi *muqayyad* dikarenakan berhadapan dengan *lafadz* lain. *Muqayyad* berarti suatu *lafadz* yang terbatas atau terikat oleh *lafadz* lain yang mengurangi keseluruhan jangkauannya. Maksudnya luas jangkauannya telah dibatasi sedikit dari waktu masih *mutlaq-nya*. Dengan kata lain *lafadz muqayyad* pada

dasarnya adalah *lafadz mutlaq* yang diberi kaitan oleh *lafadz* lain sehingga artinya lebih tegas dan terbatas daripada waktu masih *mutlaq*-nya.

4.2.1 Keadilan

Semua perbuatan harus dilakukan dengan adil. Adil dalam menjual, adil dalam bertindak dan adil dalam hukum. Adil itu harus dilakukan dimanapun dan dalam keadaan apapun baik di waktu senang maupun susah. Sewaktu sebagai orang kecil harus berbuat adil, sewaktu sebagai orang yang berkuasapun harus adil. Tiap muslim harus adil kepada dirinya sendiri dan adil pula terhadap orang lain. Meski benar bahwa keadilan dan ketidakadilan telah terlihat jelas semenjak manusia eksis dimuka bumi, manusia masih kabur dalam menggambarkan tapal batasnya. Arti keadilan tidak pernah dipahami secara lengkap. Keadilan merupakan satu prinsip fundamental dalam ideologi Islam. Pengelolaan keadilan seharusnya tidak sepotong-potong, tanpa mengacu pada status sosial, *asset financial*, kelas dan keyakinan *religious* seseorang. Al-Qur'an telah memerintahkan penganutnya untuk mengambil keputusan dengan berpegangan pada kesamaan derajat, keutuhan dan keterbukaan. Maka keadilan adalah ideal untuk diterapkan dalam hubungan dengan sesama manusia. Sebagaimana firman Allah swt. dalam QS. An-Nahl/16:90.



Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.⁷⁰

Manusia memenuhi janji, tugas, dan amanat yang dipikulnya, melindungi golongan yang menderita, lemah dan kekurangan, merasakan ‘semangat kesatuan’ secara konkrit dengan sesama warga masyarakat, jujur dalam segala hal, dan seterusnya. Fase terpenting daripada wawasan keadilan yang dibawakan oleh al-Qur’an itu adalah sifatnya sebagai perintah agama, bukan sekadar sebagai acuan etika atau dorongan moral belaka. Pelaksanaannya merupakan pemenuhan kewajiban agama, dan dengan demikian akan diperhitungkan dalam amal perbuatan seorang muslim pada hari perhitungan (*yaum al-hisab*) kelak. Sikap adil tidak hanya dituntut bagi kaum muslim saja tetapi juga mereka yang beragama lain. Itupun tidak hanya dibatasi sikap adil dalam urusan-urusan mereka belaka, melainkan juga dalam kebebasan mereka untuk mempertahankan keyakinan dan melaksanakan ajaran agama masing-masing.⁷¹

Kata kunci yang digunakan dalam menjelaskan konsep keadilan adalah ‘*adl*’ dan ‘*qast*’. ‘*adl*’ mengandung pengertian *sawiyyat*, dan juga mengandung makna pemerataan dan kesamaan penyamarataan dan kesamaan ini berlawanan dengan kata *Zulm* dan *jaur* (kejahatan dan penindasan). *Qist* mengandung makna distribusi, angsuran, jarak yang merata. *Taqassata* salah satu kata derivasinya juga bermakna distribusi yang merata bagi masyarakat, dan *qistas*, kata turunan lainnya, berarti keseimbangan yang berat. Sehingga kedua kata di dalam al-Qur’an yang digunakan

⁷⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, h. 377

⁷¹Gading Mahendradata, Asmadhini Handayani Rahmah, Nur Samsiyah, *Keadilan Dalam Islam dan Bisnis*, <https://gadingmahendradata.wordpress.com/2009/11/27/keadilan-dalam-islam-dan-bisnis/> (5 September 2019)

untuk menyatakan keadilan yakni *'adl* dan *qist* mengandung makna distribusi yang merata, termasuk distribusi pemateri. Penjual menawarkan *smartphone* yang berkualitas, sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pembeli untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pembeli. Seperti hasil wawancara peneliti dengan narasumber Noviyanti mengatakan bahwa:

Smartphone yang ditawarkan kepada pembeli ada dua yaitu *smartphone* baru dan *smartphone second*.⁷²

Berdasarkan hasil pemaparan dari Noviyanti selaku promotor *smartphone* yang ditawarkan kepada pembeli ada dua yaitu *smartphone* yang baru masih tersegel dan *smartphone* yang *second* itu hasil dari tukar tambah *smartphone* sesuai keinginan pembeli.

Islam memandang dalam suatu produk yang akan dipasarkan harus produk yang halal, mutu atau kualitas baik, mempunyai nilai gunadan juga mengandung manfaat atau maslahat didalamnya yang meliputi lima asas pokok kehidupan, yaitu menjaga agama, menjaga harta, menjaga akal, menjaga keturunan serta menjaga jiwa. Sesuai yang dijelaskan sebelumnya bahwa produk *smartphone* yang ditawarkan oleh promotor toko *smartphone* adalah *smartphone* yang baru dan *smartphone* yang *second* (bekas).

Produk yang ditawarkan halal dan berkualitas, produk yang mempunyai manfaat atau maslahat karena memenuhi salah satu kebutuhan masyarakat dari kalangan anak kecil, anak muda, maupun orang tua, dengan adanya produk

⁷²Noviyanti bagian Promotor R2 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

smartphone memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan mudah dan memudahkan masyarakat dalam kegiatan sehari-hari. Promotor juga memberikan penjelasan kepada pembeli atau konsumen tentang produk yang ditawarkan.

Selanjutnya harga yang di tawarkan oleh Devi menyatakan bahwa:

Untuk *smartphone second* (hp bekas) biasanya kami memberikan harga tawar menawar, harganya di tentukan oleh toko kami. Sedangkan *smartphone non second* (hp baru) kami memberikan harga langsung atau harga nasional yang di tentukan oleh perusahaan.⁷³

Devi sebagai Frontliner menyatakan bahwa, harga *Smartphone second* (bekas) bisa di tawar, sedangkan harga *smartphone* baru itu harga nasional sudah ditentukan oleh perusahaan.

Pendapat lain dari Noviyanti mengatakan bahwa:

Untuk *smartphone second* (hp bekas) biasanya kami memberikan harga tawar menawar, tergantung dari user dan owner hp. Sedangkan *smartphone non second* (hp baru) kami memberikan harga langsung atau harga nasional yang di tentukan oleh perusahaan.⁷⁴

Untuk harga *smartphone second* bisa ditawar tergantung dari *user* dan owner hp, sedangkan *smartphone* baru harga langsung dari perusahaan.

Kami memberikan harga langsung atau harga nasional untuk OPPO dan Vivo yang di tentukan oleh perusahaan. Sedangkan Samsung dan xiami harga toko.⁷⁵

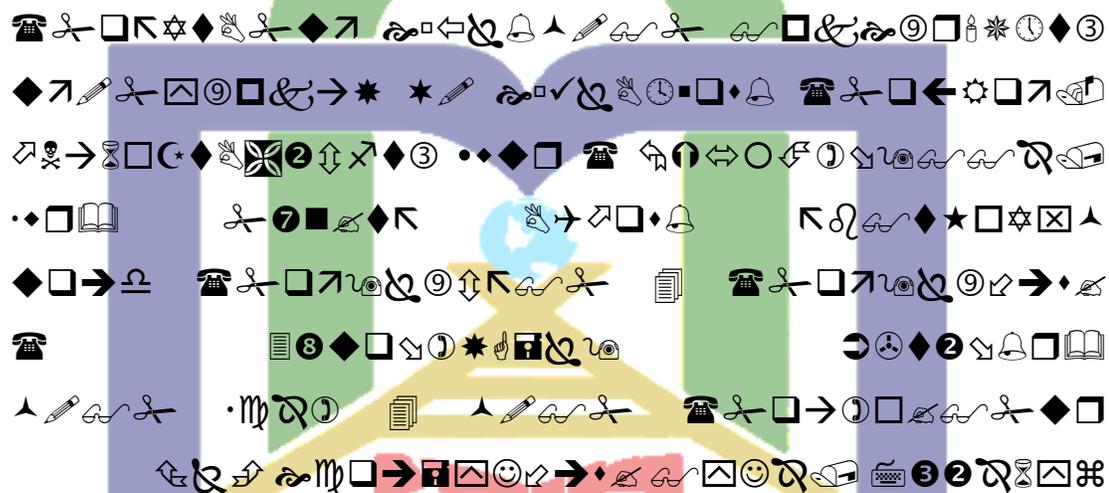
⁷³Devi bagian Frontliner CS 02 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁷⁴Noviyanti bagian Promotor R2 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁷⁵Risma bagian Frontliner 24 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

harga langsung atau harga nasional untuk *smartphone* merek OPPO dan VIVO yang ditentukan oleh perusahaan. Sedangkan *smartphone* merek Samsung dan Xiomi ditentukan oleh toko.

Dari penjelasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa penetapan harga termasuk adil hal ini ditunjukkan dengan adanya harga langsung dari perusahaan dan harga dari toko itu sendiri. Dalam traksaksi jual beli Penjual dan Pembeli sepakat dengan harga tersebut. Sebagaimana firman Allah swt. dalam QS. Al-Maidah/5:8.



Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.⁷⁶

Muamalah dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan dan menghindari unsur-unsur kezaliman. Adil adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak serta memperlakukan sesuatu pada

⁷⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 108.

posisinya (*wadh' al-syai' fi mahallih*). Implementasi keadilan dalam aktivitas ekonomi adalah berupa aturan prinsip interaksi maupun transaksi yang melarang adanya unsur riba, *gharar*, *masyir*, dan objek yang haram.⁷⁷

Implementasi harga yang diterapkan oleh toko atau perusahaan harga sesuai dengan mutu atau kualitas dari produk yang ditawarkan baik. Hal ini merupakan sesuatu yang wajar dalam aktivitas bisnis yaitu dalam menetapkan harga produk sesuai dengan biaya, keuntungan, persaingan, dan permintaan. Strategi penetapan harga, Islam membebaskan seseorang menetapkan harga selama itu wajar, adil, serta adanya suka rela antar pembeli dan penjual serta tidak menimbulkan kedzaliman.

Ibnu Taimiyah memiliki konsepsi dalam masalah penetapan harga ia membedakan pada dua keadaan yakni penetapan harga yang adil dan penetapan harga yang tidak adil atau haram menurut hukum. Penetapan harga yang tidak adil jika penetapan harga itu mengandung kezaliman terhadap masyarakat dengan cara memaksa mereka tanpa hak untuk menjual barang dagangannya dengan harga yang tidak disukai atau melarang mereka terhadap apa yang dibolehkan Allah terhadap mereka semua itu adalah haram. Prinsip keadilan sangat penting diterapkan dalam ekonomi islam karena keadilan mengandung prinsip dari semua prinsip hukum islam. Adanya suatu harga yang adil dapat menjadi pedoman yang mendasar dalam transaksi Islam.⁷⁸ Harga produk yang di tawarkan berbeda-beda setiap merek produk

⁷⁷Mursal, "*Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah: Alternatif Mewujudkan Kesejahteraan Keadilan*," h. 78.

⁷⁸Vira ImaniaSyahrotun, *Mekanisme Penetapan Harga Dalam Ekonomi Islam*, <https://www.kompasiana.com/vira25413/5c773535677ffb54910ec826/mekanisme-penetapan-harga-dalam-ekonomi-islam?page=all> (20 Januari 2020)

smartphone sesuai dengan spesifikasi *smartphone* tersebut seperti OPPO, VIVO, Iphone, Reelme, dll.

4.2.2 Amanah dan pertanggungjawaban

Dalam hal amanah dan pertanggungjawaban, Islam menggariskan dalam firman-nya, yang artinya: “*dan sesungguhnya kamu akan ditanya tentang apa yang kamu kerjakan*”.

Prinsip tersebut bermakna bahwa setiap pribadi yang mempunyai kedudukan fungsional dalam interaksi antar manusia dituntut agar melaksanakan kewajibannya dengan sebaik-sebaiknya. Apabila ada kelalaian terhadap kewajiban tersebut akan mengakibatkan kerugian bagi dirinya sendiri persoalan lebih lanjut berkenaan dengan kewajiban-kewajiban yang menjadi tanggung jawab dan sumber tanggung jawab tersebut. Istilah amanah dan pertanggungjawaban dalam Islam, dapat dipahami dari firman Allah dalam Al-Qur’an surat Q.S al-Nahl/16:93.



Terjemahnya:

Dan kalau Allah menghendaki, niscaya Dia menjadikan kamu satu umat (saja), tetapi Allah menyesatkan siapa yang dikehendaki-Nya dan memberi petunjuk kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Sesungguhnya kamu akan ditanya tentang apa yang telah kamu kerjakan.⁷⁹

⁷⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, h.378.

Dan sesungguhnya kamu akan ditanya tentang apa yang kamu kerjakan. Kata amanah dalam ayat-ayat al-Qur'an mangacu kepada makna pelaksanaan segala sesuatu sesuai yang diperintahkan oleh agama. Semua makna kata amanah, seperti yang ditulis oleh al-Maraghi, baik amanah kepada sesama manusia, amanah kepada Tuhan, maupun amanah kepada diri sendiri, bermuara kepada adanya kewajiban untuk menjalankan tugas dengan sebaik-baiknya dan sejujurnya (Al-Maraghi). Pada konteks inilah, orang yang menerima amanah dituntut untuk profesional dalam menjalankan tugas. Jadi, seorang manajer harus melaksanakan tugas dengan sejujurnya dan seadil-adilnya.

Seperti hasil wawancara dari Frontliner Devi dan Risma mengatakan bahwa:

1. Amanah atas proses jual beli *smartphone* yaitu:
Amanah yaitu proses pelayanan yang baik kepada pembeli (customer) agar kedepannya si pembeli dapat kembali membeli *smartphone* di toko kami. pembeli bisa saja menyebarkan mengenai penjualan di toko kami kepada rekan-rekan atau tetangganya sehingga toko kami bisa menjadi lebih dikenal. Semakin banyaknya pembeli yang merasa puas dan menjadi konsumen setia sehingga nama baik toko kami pun meningkat di mata semua pembeli.⁸⁰
Amanah menjual *smartphone* di media sosial seperti *live di Facebook* dan *share Di WhatsApp*. saat ada yang mengunjungi *facebook* atau *whatapp*, siapa pun itu, dapat melihat *live* atau status kami. Siapa tahu mereka jadi tertarik, Mereka yang tadinya tidak tahu menjadi tahu dan ingin membeli. Dan bertanggung jawab apabila pembeli ingin membeli *smartphone* bisa diantarkan ke rumahnya kalau tidak bisa ke toko.⁸¹

Kesimpulan dari hasil wawancara yang pertama, pelayanan yang baik kepada pembeli akan memberikan dampak yang sangat baik dalam proses jual beli *smartphone*. Kedua, menjual *smartphone* di media sosial dan apabila ada seorang pembeli ingin membeli *smartphone* tetapi si pembeli malas keluar rumah atau tidak

⁸⁰Devi bagian Frontliner CS 02 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

⁸¹Risma bagian Frontliner 24 CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

bisa ke toko, maka penjual yang mengantarkan langsung *smartphone* ke rumah si pembeli itu memudahkan pembeli.

Hasil wawancara dari Ichzan menyatakan bahwa:

Diberi amanah untuk bagi-bagi brosur, membagikan brosur secara langsung di tempat keramaian kami mempromosikan atau memasarkan barang yang kami jual.⁸²

Dari penjelasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa bagi-bagi brosur di tempat keramaian bersikap jujur dalam mempromosikan atau memasarkan barang dan benar memberikan informasi barang yang dijual.

2. Tanggung jawab promotor jika *smartphone* hilang di toko, hasil wawancara dari Devi mengatakan bahwa:

Jika terjadi kehilangan *smartphone* di toko kami dan *smartphone* yang hilang tersebut adalah produk yang mempunyai promotor tersendiri tentunya promotor yang bertanggung jawab dengan *smartphone* tersebut tapi kami akan memberikan keringanan atau kebijakan atas kecelakaan itu dengan cara menyuruh promotor ganti rugi setengah dari harga *smartphone* yang hilang itu.

Devi mengatakan bahwa, apabila terjadi kehilangan *smartphone* di toko promotor bertanggung jawab dengan *smartphone* tersebut tetapi diberikan keringanan atau kebijakan dengan cara menyuruh promotor ganti rugi setengah dari harga *smartphone* yang hilang.

Selanjutnya hasil wawancara dari Nurgiansah mengatakan bahwa,

Selama saya bekerja di toko ini tidak pernah ada kehilangan *smartphone* yang kami jual karena kami setiap hari cek fisik ada ad sistemnya.

⁸²Ichzan bagian Promotor Tamako CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

3. Frontliner bertanggung jawab kepada promotor, hasil wawancara dari Devi mengatakan bahwa:
Frontliner akan bertanggung jawab kepada promotor contohnya jika promotor salah dalam berbicara kepada *costumer* atau salah dalam menawarkan produknya sehingga calon *costumer* batal membeli *smartphone* di toko kami jadi frontliner harus segera *menghandle* hal tersebut.

Devi mengatakan bahwa, jika promotor salah dalam berbicara kepada *costumer* atau salah dalam menawarkan produknya sehingga calon *costumer* batal membeli *smartphone* di toko jadi frontliner yang harus *menghandle* hal tersebut.

4. Fronliner atau promotor bertanggung jawab kepada *costumer* atau pembeli, hasil wawancara dari Devi mengatakan bahwa:
menyelesaikan suatu masalah yang sedang dialami *costumer* atau pembeli dengan tetap menjaga sebuah kenyamanan dan kepuasan.

4.2.3 Komunikatif

Dalam manajemen, komunikasi menjadi faktor penting dalam melakukan transformasi kebijakan atau keputusan dalam rangka pelaksanaan manajerial (menagtur segala sesuatu) itu sendiri menuju kehidupan yang diharapkan. Begitu akrabnya komunikasi dengan kehidupan manusia, sehingga manusia perlu komunikasi untuk menghindari keterlambatan. Begitu pentingnya komunikasi dalam manajemen, sehingga menentuk komunikasi tersebut disampaikan dengan tepat. Ketepatan penyampaian komunikasi ini, selanjutnya disebut sebagai komunikatif.

Seperti wawancara peneliti dengan narasumber Nurgiansah megatakan bahwa:

Melihat dari penjualan *smartphone* sudah berjalan dengan baik, kenapa saya katakan berjalan dengan baik karena komunikasi yang sudah berjalan dengan baik melakukan penjualan melalui *online*, kami menjual melalui media sosial, seperti *facebook*, dan menyebarkan brosur-brosur di pinggir-pinggir jalan. Membuka layanan konsumen apabila *smartphone* yang dibeli ada kerusakan,

memberikan layanan kepada calon pembeli dan jelaskan sertifikasi *smartphone* secara *detail*.⁸³

Dari penjelasan diatas penulis melihat bahwa komunikasi yang sudah berjalan dengan baik melakukan penjualan melalui *online*, menjual melalui media sosial seperti facebook dan menyebarkan brosur-brosur. Membuka layanan kepada konsumen dan calon pembeli. Komunikasi menjadi faktor penting dalam melakukan transformasi kebijakan atau keputusan dalam melakukan sesuatu agar menuju tercapainya tujuan yang diharapkan.

Berkomunikasi dalam menawarkan produk *smartphone*, hasil wawancara dengan Nurgiansah mengayatakan bahwa:

Meyakinkan kepada pelanggan bahwa *smartphone* ini layak untuk dia, memberikan penjelasan dengan *detail* dan sopan sehingga *costumer* atau pembeli merasa senang dan memahami semua kelebihan *smartphone* yang ditawarkan.

Nurgiansah mengatakan bahwa, menyakinkan kepada pelanggan bahwa *smartphone* ini layak untuk pembeli dan memberikan penjelasan dengan *detail* dan sopan sehingga *costumer* atau pembeli merasa senang dan memahami semua kelebihan *smartphone* yang ditawarkan.

Devi mengatakan bahwa:

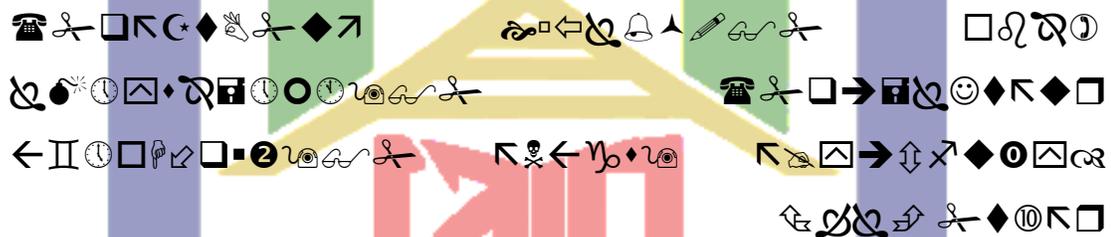
Menjelaskan keunggulan produk ketika menawarkannya. Tunjukkan *detail-detail* keunggulan produk dengan benar.

Dengan komunikasi yang baik akan menjadi dampak positif terhadap proses yang menguntungkan toko atau perusahaan. Setiap orang yang berkomunikasi orang lain akan melalui Dalam proses komunikasi penjualan, salah satu komponen yang perlu disampaikan adalah informasi yang lengkap, sehingga menghindari

⁸³Nurgiansah bagian Promotor Master CELL, wawancara oleh penulis di Kecamatan Ujung Kota Parepare, 10 Juli 2019

kesalahpahaman maupun ketidaktahuan yang berlebihan. Karena kekurangan informasi yang penting akan berakibat fatal; bisa kehilangan kesempatan, merasa kurang baik produknya, salesman tidak professional, atau lebih ekstrem lagi produk yang dijual berkualitas buruk, bukan yang dicari konsumen.

Dengan bersilaturahmi juga seseorang yang belum kenal satu sama lain. Bisa saling bertukar pikiran. Proses pertukaran pikiran inilah yang membuat komunikasi menjadi lebih baik. Kasih sayang merupakan sifat Allah yang sangat banyak disebutkan dalam al-Qur'an. Dengan demikian maka kita sebagai manusia yang taat, percaya dan bertaqwa kepada-Nya. Untuk meneladani sifat keutamaan Allah tersebut dalam menjalani kehidupan sesuai janji-Nya, Allah akan menjadikan kasih sayang ada di dalam hati orang-orang yang beriman dan beramal sholeh. Sebagaimana firman Allah swt. dalam QS. Maryam/19:96



Terjemahnya:

Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan beramal saleh, kelak Allah yang Maha Pemurah[911] akan menanamkan dalam (hati) mereka rasa kasih sayang.⁸⁴

Ayat tersebut menyatakan bahwa, Sesungguhnya orang-orang yang beriman kepada Allah dan mengikuti rasul-rasulNya serta beramal shalih sesuai petunjuk syariat-Nya, maka Allah yang maha pengasih akan kasih sayang terhadap para hamba-NYa.

⁸⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 262

Prinsip keadilan sangat penting diterapkan dalam ekonomi Islam karena keadilan mengandung prinsip dari semua prinsip hukum Islam. Adanya suatu harga yang adil dapat menjadi pedoman yang mendasar dalam transaksi Islam. Dalam pelaksanaannya, penetapan harga termasuk adil hal ini ditunjukkan dengan adanya harga langsung dari perusahaan dan harga dari toko itu sendiri. Dalam transaksi jual beli Penjual dan Pembeli sepakat dengan harga tersebut. Amanah dan bertanggung jawab dalam proses jual beli Bersikap jujur dalam mempromosikan atau memasarkan barang dan benar memberikan informasi barang yang dijual.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Strategi Jual Beli Smartphone Di Kecamatan Ujung Kota Parepare

Dari sembilan toko *smartphone* di Kecamatan Ujung ada lima yang menggunakan strategi oleh Stephen P. Robbins dan Mary Coulter berdasarkan tiga proses strategi yaitu:

Penerapan perencanaan strategi penjualan *smartphone* dengan cara mengarahkan para promotor untuk memperkenalkan fitur-fitur yang ada di *smartphone* tersebut. Implementasi strategi dalam pelaksanaan kegiatan penjualan *smartphone* karyawan dapat termotivasi jika mereka bisa mendapat keuntungan/bonus. Evaluasi terhadap strategi jual beli *smartphone* yaitu pertama strategi pelayanan yang baik kepada pembeli agar kedepannya si pembeli dapat kembali membeli *smartphone*, kedua strategi menjual *smartphone* di media sosial seperti *live* di *facebook* dan *share* di *whatapp*. Ketiga strategi bagi-bagi brosur secara langsung di tempat keramaian dan keempat strategi meyakinkan kepada pelanggan bahwa *smartphone* layak untuk di beli oleh si pembeli menjelaskan secara detail spesifikasi *smartphone* tersebut.

5.1.2 Analisis Manajemen Syariah Tentang Strategi Jual Beli Smartphone Di Kecamatan Ujung Kota Parepare

Dari sembilan toko *smartphone* di Kecamatan Ujung, ada lima yang menggunakan prinsip manajemen Islam.

Prinsip keadilan sangat penting diterapkan dalam ekonomi Islam karena keadilan mengandung prinsip dari semua prinsip hukum Islam. Adanya suatu harga yang adil dapat menjadi pedoman yang mendasar dalam transaksi Islam. Dalam pelaksanaannya, penetapan harga termasuk adil hal ini ditunjukkan dengan adanya harga langsung dari perusahaan dan harga dari toko itu sendiri. Dalam transaksi jual beli Penjual dan Pembeli sepakat dengan harga tersebut. Amanah dan bertanggung jawab dalam proses jual beli Bersikap jujur dalam mempromosikan atau memasarkan barang dan benar memberikan informasi barang yang dijual.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas tentang strategi jual beli *smartphone* di Kecamatan Ujung Kota Parepare, penulis memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak yang terkait, untuk menentukan kebijakan yang akan diambil di masa yang akan datang.

5.2.1 Bagi para penjual *smartphone* di Kecamatan Ujung Kota Parepare belum dapat dikatakan selesai dari suatu pertumbuhan perusahaan. Kemajuan harus terus dipantau dan ditingkatkan. Para pesaing juga tidak akan tinggal diam melihat perkembangan. Oleh karena itu perusahaan dan toko perlu terus untuk meningkatkan usahanya, meningkatkan keunggulan dan terus memperbaiki kondisi yang ada. Meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dengan pembeli agar semakin banyaknya pembeli yang merasa puas dan menjadi konsumen setia sehingga nama baik toko meningkat di mata semua pembeli.

5.2.2 Bagi pembeli, harus cermat dan teliti dalam melakukan transaksi dan memilih *smartphone* yang dipasarkan pada produk agar terhindar dari penipuan.

Daftar Pustaka

Al-Qur'an al-karim

Buku

- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Bandung: UPP STIM YKPM
- Amir, M. Taufik. 2011. *Manajemen Strategik; Konsep dan aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Assuari, Sofyan. 2004. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Badrudin. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Bungin, Burhan. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cet. III*. Jakarta: Rajawali Pers
- Departemen Agama RI. 2002. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Mekar
- Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press
- Hasan, M. Ali. sebagaimana dikutip oleh Syaifullah M.S. 2014 "Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam", dalam jurnal *studies Islamika*, Vol. 11, No. 2
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana
- Kementrian Agama RI. 2012. *Direktorat Jenderal bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah*
- Kuncoro, Mudrajad. 2014. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Ed.3*. Jakarta: Erlangga
- Mas'adi, Gufron A. 2002. *Fiqh Muamalah Kontekstual Ed.1 Cet.1*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Muhammad. 2005. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia
- Mustafa, Imam. 2016. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers
- Rangkuti, Fredy. 2015. *Teknik Pembedahan Kasus Bisnis Analisis SWOT* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Robins, Stephen P dan Mary Coulter. 2010. *Manajemen: Ed X*. Jakarta: Penerbit Erlangga

- Sadono, Sukirno. 2011. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Pustaka Media Group
- Solihin, Ismail. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Subagyo, Joko. 2004. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhendi, Henri. 2005. *Fiqhi Maumalah* Jakarta:PT Raja Grafindo persada
- Terry, G.R dan L.W Rue. 2009..*Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Usman, Husain dan Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial, Cet. I*. Jakarta: Bumi Aksara
- Wahidmurni. 2007. *Manajemen Perusahaan Bisnis*. Malang: UIN-Malang Press
- Referensi Internet*
- <http://fajarwiguna51.blogspot.com/2015/02/kegunaanfungsimanfaatdan-kerugian.html>
- <https://gadingmahendradata.wordpress.com/2009/11/27/keadilan-dalam-islam-dan-bisnis/>
- <http://iconesia-isp.blogspot.com/2015/06/implementasi-strategi-pemasaran.html>
- <http://pengertiandefenisi.blogspot.co.id/2016/10/pengertian-manajemen-syariah-dan.html>
- <http://pencariantugas.blogspot.com/2016/01/tujuan-dan-fungsi-manajemen-syariah.html>
- <http://pustakateori.blogspot.com/2015/01/perencanaan-penjualan.html>
- <https://samahitawiroutama.com/melakukan-evaluasi-strategi-yang-efektif/>
- <http://www.akhwatmuslimah.com/2015/12/21/4042/10-cara-berdagang-rasulullah/>
- <http://www.masuk-islam.com/macam-macam-jual-beli-dalam-islam-lengkap.html>
- <http://zenal-pml.blogspot.com/favicon>

Jurnal

Arifin, R. Jauhar. 2009. *“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli”* Yogyakarta.: Skripsi Strata Satu Hukum Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Fata, Misbahul. 2009. *“Praktek Banggel Handphone Di Jogjatronik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”*, Yogyakarta: Skripsi Strata Satu Hukum Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Mujiatun, Siti. 2013. *”Jual Beli dalam Perspektif Islam: Salam dan Istishna”*, dalam Jurnal Riset AKUNTANSI DAN BISNIS Volume 13 No.2





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B. 614 /In.39.6/PP.00.9/06/2019

Lamp. :-

Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Lampiran-lampiran

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Di
PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr.wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare:

Nama : RIKA ABRIANTI
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 22 Oktober 1997
NIM : 15.2200.012
Fakultas/ Program Studi : Syariah dan Ilmu Hukum Islam/ Hukum Ekonomi Syariah
Semester : VIII
Alamat : JL. SIBALI NO. 206 PAREPARE KEC. SOREANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul:

"Strategi Jual Beli *Smartphone* di Kecamatan Ujung Kota Parepare (Analisis Manajemen Syariah)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Juni sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr.wb.



Parepare, 26 Juni 2019

Dekan,

Muhammad L



CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE



FORMAT PERTANYAAN

1. Strategi Jual Beli *Smartphone*

- a) Bagaimana Implementasi atau Penerapan strategi Anda dalam penjualan *smartphone* ?
- b) Bagaimana cara memberi motivasi karyawan/tim kerja Anda ? Apakah system bonus atau pencapaian target penjualan dapat memberikan motivasi kepada karyawan ?
- c) Berapa target penjualan *smartphone* yang Anda jual dalam sebulan ?
- d) Apakah dalam perencanaan strategi ada skala prioritas jangka pendek dan ada juga perencanaan jangka panjang ?
- e) Dari segi evaluasi/pengawasan strategi apa yang tetap di pertahankan dan yang tidak perlu dipertahankan ? (apa alasannya)

- f) Menurut anda apa saja yang menjadi peluang untuk toko anda ?
- g) Bagaimana cara Anda menghadapi persaingan dengan toko lain ?
- h) Bagaimana pelayanan Anda dalam meningkatkan pembelian *smartphone* ?
- i) Apakah *smartphone* yang di jual di toko ini semuanya baru atau ada yang second ?
- j) Bagaimana penetapan harga dalam penjualan *smartphone* ? apakah ada tawar menawar atau langsung harga pas ?
- k) Apa alasan Anda memilih toko ini dibandingkan toko lain dalam membeli produk *smartphone* ?

2. Analisis Manajemen Syariah

- a) Bagaimana pendapat Anda mengenai produk yang ditawarkan oleh penjual? apakah sesuai dengan penetapan harganya ?
- b) Bagaimana pendapat Anda mengenai pelayanan yang diberikan oleh promotor? Apakah sesuai dengan amanah yang diberikan ?
- c) Bagaimana penilaian Anda mengenai promotor yang berkomunikasi kepada pembeli ?
- d) Bagaimana penentuan nilai tukar tambah dalam jual beli *smartphone* ?
- e) Bagaimana cara pemberian bonus ? apakah adil kepada promotor-promotor yang lain ?
- f) Bagaimana apabila ada pembeli membeli *smartphone second* itu rusak yang dibeli di toko Anda ?
- g) Apakah promotor tanggung jawab jika *smartphone* hilang di toko ?
- h) Bagaimana frontliner bertanggung jawab kepada promotor?
- i) Bagaimana cara Fronliner atau promotor bertanggung jawab kepada customer atau pembeli ?

- j) Berkomunikasi seperti apa yang Anda gunakan dalam menawarkan produk *smartphone* ?

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devi

Jabatan : FL

Jenis Kelamin : Perempuan.

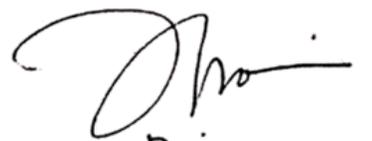
Alamat : Jl. Wiraburna No. 6 Parepare.

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Rika Abrianti, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung Kota Parepare" .

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Juli 2019

Yang bersangkutan


Devi

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Noviyanti Ramlah

Jabatan : Promotor

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Hn. Sumur jooah

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Rika Abrianti, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung Kota Parepare".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Juli 2019

Yang bersangkutan

PAREPARE


Noviyanti Ramlah

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizma

Jabatan : FL Toko

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Jl. alwi abdul djalil Habibie

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Rika Abrianti, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung Kota Parepare" .

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Juli 2019

Yang bersangkutan

PAREPARE



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : *Murgiansah Damadun*

Jabatan : *Premotor*

Jenis Kelamin : *Laki-laki*

Alamat : *Jl. Lanuwang*

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Rika Abrianti, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung Kota Parepare".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Juli 2019

Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ICHZAN RADA PUTRA

Jabatan : PC VIVO SMARTPHONE

Jenis Kelamin :

Alamat : PAREPARE

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Rika Abrianti, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung Kota Parepare".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Juli 2019

Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RANDI SAPUTRA

Jabatan : PEMBELI

Jenis Kelamin : LAKI - LAKI

Alamat : JL. TAEBE

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Rika Abrianti, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Strategi Jual Beli *Smartphone* Di Kecamatan Ujung Kota Parepare" .

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Juli 2019

PAREPARE Yang bersangkutan


RANDI



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
KECAMATAN UJUNG

Jalan Mattirotasi Nomor 22 Parepare, Telp. (0421) 21165
Kode Pos 91111, Email : ujung@pareparekota.yahoo.com
Website : www.kecamatanujung.webs.com

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 070/210/Ujung

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : PANAUNGI HAKIM, S.Sos
Jabatan : Plt. Sekretaris Camat
Nip : 196609281986031004
Alamat Kantor : Jl. Mattirotasi No. 22 Parepare

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : RIKA ABRIANTI
Tempat / Tgl Lahir : Parepare / 22 Oktober 1997
Jenis Kelamin : Wanita
Agama : Islam
Pekerjaan/Pendidikan : Mahasiswi / S1
Alamat : Jl. Sibali No. 206 Kel. Bukit Indah
Kec. Soreang Kota Parepare

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Kecamatan Ujung Kota Parepare, sejak bulan 27 Juni 2019 s/d 27 Agustus 2019, dengan judul penelitian "STRATEGI JUAL BELI SMARTPHONE DIKECAMATAN UJUNG KOTA PAREPARE (ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)"

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 03 September 2019

An. Camat Ujung
Plt. Sekcam

PANAUNGI HAKIM, S.Sos
Pangkat : Penata Tk.I, III/d
NIP : 196609281986031004

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Risma bagian Frontliner 24 CELL



Wawancara dengan Nurgiansah bagian Promotor Master CELL

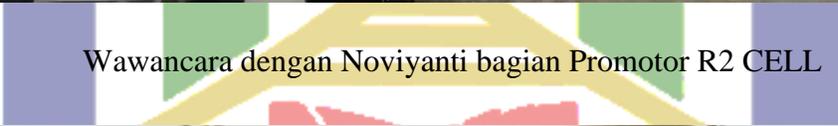


Wawancara dengan Devi bagian Frontliner CS 02 CELL





Wawancara dengan Ichzan bagian Promotor Tamako CELL



Wawancara dengan Noviyanti bagian Promotor R2 CELL



Wawancara dengan Randi selaku Pembeli di CS 02 CELL

BIOGRAFI PENULIS



Rika Abrianti, lahir di Parepare, Kota Parepare, Sulawesi Selatan pada tanggal 22 Oktober 1997. Anak ke-4 dari 4 bersaudara dari pasangan ayahanda Alm. Abbas dan ibunda Hj. Nuraeni. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Riwayat pendidikan penulis, yaitu menyelesaikan pendidikan pada TK Aisyiyah Bustanul Athfal di Parepare pada tahun 2003. Kemudian menyelesaikan Sekolah Dasar pada tahun 2009 di Sekolah Dasar Negeri 26 Parepare. Setelah tamat penulis melanjutkan jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMPN 1 Parepare) dan selesai pada tahun 2012, kemudian menyelesaikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMKN 3 Parepare) pada tahun 2015. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan kuliahnya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas syariah dan Ilmu Hukum Islam. Pada tahun 2019, penulis berhasil menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul *Strategi Jual Beli Smartphone Di Kecamatan Ujung Kota Parepare (Analisis Manajemen Syariah)*.