

TINJAUAN HUKUM BISNIS SYARIAH TERHADAP IMPLEMENTASI PEMASARAN PRODUK TOKO SYUBBAN SHOP DI DESA KALIKAJAR KULON PAITON PROBOLINGGO

Alfi Laili Mufidah* ,Wedi Pratanto Rahayu**, Norma Fitria**
alfilailimufidah@gmail.com

Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Agama Islam
Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang

Abstract: *This study aims to find out how the review of sharia business law applies to the implementation of product marketing at Syubban Shop in Kalikajar Kulon Paiton Village, Probolinggo. In fact, the Syubban Shop located in Kalikajar Village, Kulon Paiton, Probolinggo, implements marketing with the slogan "selling while preaching and charity". This study uses qualitative methods using empirical juridical approaches, descriptive and inductive analysis techniques, which take data sources from interviews and other supporting documents. The results of the analysis of research conducted in a review of sharia business law concluded that the implementation of syubban shop store marketing is not only profit-oriented qimah madiyah, but qimah khuluqiyah and qimah ruhiyah and always prioritizes the blessing factor.*

Keywords: *sharia business law, syubban shop store, sharia marketing*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum bisnis syariah terhadap implementasi pemasaran produk pada toko syubban shop di Desa Kalikajar Kulon Paiton Probolinggo. Pada faktanya Toko Syubban Shop yang terletak di Desa Kalikajar Kulon Paiton Probolinggo ini, menerapkan pemasaran dengan slogan “berjualan sambil berdakwah dan beramal”. Penelitian ini, menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan yuridis empiris, teknik analisis deskriptif dan induktif, yang mengambil sumber data dari wawancara dan dokumen pendukung lainnya. Hasil analisis dari penelitian yang dilakukan dalam tinjauan hukum bisnis syariah menyimpulkan bahwa pada implementasi pemasaran toko syubban shop tidak hanya berorientasi pada profit *qimah madiyah*, tetapi *qimah khuluqiyah* dan *qimah ruhiyah* serta selalu mengedepankan faktor keberkahan.

Kata Kunci: *Hukum Bisnis Syariah. Toko Syubban Shop. Pemasaran syariah*

*Alumni S-1 Prodi Hukum Ekonomi Syariah FAI Universitas Hasyim Asyari Tebuireng Jombang

**Dosen Prodi Hukum Ekonomi Syariah FAI Universitas Hasyim Asyari Tebuireng Jombang

PENDAHULUAN

Pada era saat ini, para wirausahawan berlomba-lomba mengupayakan dan mengembangkan usahanya dengan memasarkan produknya menggunakan metode pemasaran yang menarik minat konsumen yang nantinya akan berdampak positif terhadap peningkatan penjualan. Untuk meningkatkan penjualan, pelaku usaha tidak hanya terfokus pada metode pemasaran saja. Melainkan perlu pula memperhatikan kualitas produk yang dijual. Hal ini karena produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun reputasi perusahaan di mata konsumen¹

Strategi pemasaran dalam sebuah usaha merupakan bagian terpenting untuk mengenalkan sebuah produk-produk ke masyarakat luas, karena itu akan berhubungan dengan pendapatan laba/profit yang akan diperoleh oleh seorang wirausahawan. Pemasaran memiliki peran pokok dalam peta bisnis dan berkontribusi terhadap strategi produk. Pada dasarnya baik itu pemasaran berskala nasional maupun internasional membutuhkan seorang marketer andal untuk memasarkan produk atau jasa. Hal ini dikarenakan kesuksesan suatu produk untuk diterima oleh masyarakat atau konsumen tidak hanya ditentukan oleh murahness harga atau tingginya kualitas yang ditawarkan. Akan tetapi ditentukan pula dengan strategi pemasaran yang digunakan. Pemasaran sebagai salah satu aspek yang sangat penting dalam dunia usaha. Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka melayani konsumennya dan mengeluarkan produk, selain itu persaingan yang ketat menuntut untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang sekiranya disukai konsumen, tanpa inovasi, produk suatu usaha dapat tenggelam ketika bersaing dengan produk-produk lain.²

Ada dua bentuk konsep pemasaran, yakni pemasaran konvensional dan pemasaran syariah. Perbedaan yang paling menonjol yaitu adanya nilai spiritual marketing dalam pemasaran syariah, dan tidak ada pada pemasaran konvensional, dan itu menjadi ciri khas bahkan keunggulan bagi konsep pemasaran syariah, konsep spiritual marketing ini adalah adanya nilai ketuhanan, tujuannya adalah tidak hanya mendapatkan keuntungan semata. Konsep ini merupakan implementasi dari konsep pemasaran syariah yang dijelaskan dalam konsep hukum bisnis syariah yang menjelaskan tentang tujuan bisnis, ciri khas bisnis, dan falsafah bisnis syariah. Tujuan bisnis syariah yaitu tidak hanya materi tetapi juga non materi, ciri khas

¹ <http://eprints.polsri.ac.id/5968/3/BAB%20II.pdf>, 11

² https://theconversion.com/article_details.php?id=inovasi-produk-untuk-mengatasi-persaingan-usaha

bernilai ilahiyah dan falsafah bisnis syariah yang mencakup adanya nilai taabudi dan taqarrub.³ Di sini pelanggan dilihat sebagai manusia seutuhnya, lengkap dengan emosi dan perasaannya.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh suatu pemikiran bahwa semua organisasi, baik yang berbentuk badan usaha swasta, badan yang bersifat publik, maupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan, tentunya memiliki strategi dan pemasaran tersendiri yang merupakan hasil pemikiran dari pendirinya. Demikian pula dengan toko syubban shop kota Probolinggo tentunya memiliki strategi dan pemasaran dalam menjual dan memasarkan produk-produknya. Secara umum toko dapat diartikan sebagai badan usaha yang dimiliki serta dikelola para anggotanya. Faktanya, pengelolaan toko syubban shop ini diikuti oleh partisipasi pemuda dan masyarakat terhadap produk-produk toko syubban shop yang cukup melesat, sehingga perolehan konsumen yang banyak tidak hanya dari kalangan pondok pesantren atau masyarakat sekitar, melainkan hingga dari luar kota maupun luar negeri.

Toko ini dibentuk untuk memenuhi keperluan Majelis, dengan konsep pemasaran yang diimbangi dakwah dan mengajak untuk beramal, maksud dakwah disini merupakan ajakan untuk para pemuda pemudi pada zaman modern saat ini untuk bersholaawat, dan maksud beramal disini laba atau omset yang di dapat dari konsumen hasil penjualan produk toko setengah dari hasil penjualan untuk keperluan Majelis syubbanul Muslimin, pembangunan masjid, dan pembangunan pondok rehabilitas narkoba.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Hasil penelitian yang ditampilkan sebagaimana apa adanya tanpa unsur manipulasi atau perlakuan khusus terhadap obyek penelitian, karena mempunyai karakteristik, naturalistik, kerja lapangan, sifatnya deskriptif, data yang terkumpul lebih banyak dalam bentuk kata-kata dari pada angka.⁴ maka jenis rancangan penelitian ini yang sesuai adalah rancangan studi kasus. Sumber data merupakan subjek dari mana data diperoleh atau segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data⁵. Sumber Data Primer meliputi hasil wawancara dengan pengelola dan konsumen toko syubban shop serta hasil wawancara dengan pengasuh/khadimul Majelis syubbanul muslimin. Sumber Data Sekunder sumber data yang diperoleh dari data kepustakaan dan dokumen-dokumen pendukung lainnya.

Untuk menganalisa data-data yang telah diperoleh dari sumber data melalui teknik pengumpulan data. Analisis data yang digunakan yaitu analisis data kepustakaan dan analisa lapangan. Analisis data kepustakaan, peneliti mengambil dan menganalisis data-data yang relevan dengan pembahasan

³ <https://an-nur.ac.id/filosofi-bisnis-islam/>

⁴ Ahmad Tanzeh, M.Pd.I *Metodologi Penelitian Praktis*, (Sleman Yogyakarta : Teras, 2011), 25

⁵ Suharsimi Arikunto. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. (Jakarta: PT.Ahdi Mahasatya, 2013), 172

penelitian dari berbagai macam sumber yang diperoleh dari kepustakaan. Sedangkan analisis data lapangan, teknik yang digunakan peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh melalui observasi, interview, kemudian dikelompokkan oleh peneliti menggunakan beberapa metode deskriptif, induktif dengan pendekatan Yuridis Empiris fenomenologis

HASIL PENELITIAN

Implementasi Pemasaran Toko Syubban Shop

Toko syubban shop adalah Toko syubban shop merupakan sebuah usaha yang dibawah naungan majelis taklim dan sholawat syubbanul muslimin, dibentuk oleh khodimul majlis syubbanul muslimin dan dikelola oleh keanggotaan para santri serta alumni pondok pesantren nurul qodim kalikajar kulon paiton probolinggo . Toko syubban shop bergerak dalam bidang busana muslim, yakni dengan menyediakan berbagai model busana muslim, seperti baju koko, sarung,peci, hijab,gamis dan lain-lain. Dalam melakukan kegiatan usahanya, toko syubban shop memasarkan produk-produknya dengan menyesuaikan potensi di wilayah tersebut.

Penulis kemukakan beberapa strategi pemasaran yg ada pada slogan pada konsep yang digunakan oleh toko syubban shop dalam strategi pemasarannya, yakni⁶:

1. Konsep Dakwah (Mengenalkan Konsumen Kepada Baginda Rasulullah SAW Dan Mengajak Untuk Menumbuhkan Rasa Cinta)

Berdakwah melaksanakan amar maruf dan nahyi munkar merupakan salah satu kewajiban setiap muslim dimana pun mereka berada menurut kemampuannya. Dakwah merupakan aktivitas dan kegiatan yang mengajak orang untuk berubah dari situasi yang mengandung nilai kehidupan yang bukan islami kepada nilai kehidupan yang islami. Aktifitas serta kegiatan tersebut dilakukan dengan mengajak, mendorong, menyeru, tanpa tekanan, paksaan dan provokasi. Tujuan dakwah dapat tercapai hanya dengan persetujuan tanpa adanya paksaan dari objek dakwah.

Konsep pemasaran yang dilakukan oleh toko syubban shop dengan konsep dakwah ini merupakan proses untuk sebuah tujuan mengenalkan konsumen melalui produk-produk dari yang dipasarkan selama ini untuk mengenalkan majelis taklim dan sholawat Syubbanul Muslimin kepada pemuda pemudi yang belum tau tentang majelis taklim dan sholawat tersebut. baik melalui media online ataupun offline mereka berdakwah dengan menggunakan seni sholawat , sehingga mampu mendapat reaksi yang cepat dan mudah menarik perhatian para pendengarnya, dalam bentuk kaset (VCD) berisikan lantunan sholawat dari majlis syubbanul muslimin.

Toko syubban shop berusaha menyebarkan dari desa ke desa serta mengajak pendengarnya untuk senantiasa mengingat Allah SWT dan lebih mengenal sosok manusia yang begitu mulia dan menjadi suri tauladan

⁶ Wawancara dengan imammudin efendy pengelola toko syubban shop

dalam berbagai aspek yaitu Rasulullah SAW dengan harapan para pendengarnya setelah mengetahui dan mendengarkan sholawat dari majelis syubbanul muslimin melalui produk-produk toko syubban shop mereka mengikuti majelis tersebut untuk bersholawat dan menumbuhkan rasa cinta kepada baginda Rasulullah SAW. dalam hal ini merupakan sebuah komunikasi atau pemasaran produk yang dilakukan, mengingat pada zaman sekarang era globalisasi dengan kecanggihan teknologi dan informasi yang begitu cepat, membawa imbas pada perubahan perkembangan dan tata laku kehidupan masyarakat. Pengaruh tersebut tentu memberikan dampak yang besar apalagi terhadap generasi muda Indonesia saat ini, setiap melihat berita di berbagai media informasi pemberitaan tentang rusaknya moral anak-anak dan remaja. Mulai dari tawuran, kekerasan baik fisik, seksual, narkoba dan *bullying*.

Berbagai masalah muncul pada era globalisasi saat ini, tetapi yang menjadi sasaran utama adalah akhlaqnya, maka akan sulit untuk mencari siapa yang dijadikan tauladan dalam kehidupan sehari-hari. Padahal Rasulullah sebagai tauladan kita, dalam aspek kehidupan. Namun seringkali banyak yang tidak tau tidak mengenal siapa sosok Rasulullah SAW. oleh karena itu perlu adanya tekanan untuk mengajak dan memperkenalkan sosok Rasulullah SAW kepada generasi saat sekarang ini, agar mereka bisa mencontoh akhlaq yang menjadi solusi dari berbagai macam permasalahan yang muncul ditengah-tengah kita.

Tentu kesadaran kita untuk terbiasa dalam berdakwah harus terus dilatih dalam diri kita, supaya bisa saling mengingatkan dan saling tolong menolong dalam kebaikan. mengajak manusia ke jalan Allah termasuk Fardhu kifayah, dalam hal ini mencakup penyebaran ilmu agama, pengungkapan kebaikan-kebaikan agama islam, penjelasan hukum-hukum syariat islam, serta anjuran beramal shalih, dan lain sebagainya merupakan faktor-faktor untuk memahamkan kaum muslimin dan mengenalkan mereka tentang hukum agama. Begitu juga usaha dakwah karena dengan dakwah dan penyebaran ilmu bisa membuahkan dan mengetahui orang-orang jahil tentang perkara-perkara yang memang seharusnya mereka ketahui, yaitu berupa hak-hak Allah SWT dan hak-hak sesama muslim yang bisa mendorong mereka untuk kembali ke jalan Allah dan bertaubat kepada-Nya dari kemaksiatan.

Generasi milenial tidak bisa dilepaskan dengan perkembangan teknologi apalagi internet. Maka tidak heran, banyak yang memanfaatkan media internet untuk melakukan segala aktivitas termasuk dalam dakwah. Tidak terkecuali pada konsep pemasaran yang dilakukan oleh toko syubban shop, seiring perkembangannya dalam berdakwah setelah penyebaran kaset (VCD) sekarang mulai menyediakan berbagai macam-macam busana muslim (baju koko, sarung, peci, hijab,dan lain-lain) dan memasarkannya melalui media offline maupun online. pemilik toko syubban shop mewajibkan untuk mensyiarkan dalam kebaikan, melayani para

konsumen dengan ramah, lebih-lebih tidak hanya terpacu dalam hal mencari kebutuhan hidup atau materi (uang).

Dalam pemasarannya terkait dengan berbagai aktivitas yang mengupayakan agar produk dapat di salurkan ke konsumen, kami menggunakan dua cara, produk kami dijual secara offline, karena memiliki tempat untuk menjualkan produk busana muslim yang bertempat di Jl.H.Mansyur Desa Alastengah kota probolinggo. Dan yang kedua kami juga menjual produk dengan cara online, yakni melalui media internet, semisal akun media sosial seperti FB,WA,IG, maupun media sosial lainnya. Hal ini (secara online) untuk mempermudah mempromosikan, menawarkan hingga menjual produk-produk toko dengan jangkauan yang lebih luas lagi.⁷

2. Konsep dakwah mengajak untuk membeli sambil beramal

Pada konsep membeli sambil beramal ini, dilakukan untuk mengajak kepada pembeli atau konsumen untuk beramal serta menunjukkan kepedulian bersama, seperti halnya dengan membeli produk-produk yang ada ditoko syubban shop keuntungannya diperuntukkan untuk keperluan majlis taklim dan sholawat syubbanul muslimin kemudian dari mejelis itu sebagian akan disisihkan dan digunakan untuk keperluan pembangunan masjid dan pondok rehabilitas narkoba, yang pada awalnya dari bentuk keprihatinan kepada para pemuda yang minum minuman keras dan narkoba diwilayah desa kalikajar kulon paiton kota probolinggo yang nantinya akan digunakan untuk masyarakat dan untuk pecandu narkoba dengan harapan tidak ada lagi para pemuda pemudi yang menggunakan atau mengkonsumsi narkoba di wilayah tersebut. terkadang juga untuk kebutuhan majelis seperti membeli peralatan-peralatan , kamera, drown dan lain-lain tujuan dari itu untuk mendokumentasikan majelis taklim dan sholawat syubbanul muslimin untuk di perkenalkan lagi ke masyarakat luas baik dalam negeri maupun luar negeri.

Sehubungan pada kedua konsep tersebut kepuasan konsumen juga ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki oleh konsumen, sehingga kualitas pada pelayanan konsumen menjadi prioritas utama bagi sebuah badan usaha atau perusahaan. Demikian pula dengan pelayanan yang diberikan oleh toko syubban shop. Toko syubban shop menggunakan teknik dan pendekatan sebagai berikut:

- a. Menyediakan pengelola (admin) yang baik,jujur, dan amanah
Kenyamanan setiap konsumen sangat bergantung dari pengelola (admin) yang melayaninya, hendaknya seorang pengelola (admin) dalam melayani konsumen harus mampu memikat dan mengambil hati konsumen agar konsumen semakin tertarik dengan produk yang ditawarkan. Untuk hal itu, toko syubban shop sangat

⁷ Wawancara dengan khoirul imam effendi pengelola toko syubban shop

memperdulikan sikap, perhatian serta tindakan pengelolanya dalam melayani para konsumennya dengan penuh kesabaran.

b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Setiap pembeli atau konsumen menginginkan pelayanan yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhannya, namun pada intinya ialah seorang pembeli atau konsumen ingin memperoleh pelayanan secara baik. Jadi selain pengelola yang mempunyai kualitas dan kuantitas, sarana dan prasarana juga penting dan harus diperhatikan

c. Bertanggung jawab kepada setiap konsumen

Dalam menjalankan kewajibannya, para pengelola harus mampu melayani konsumen hingga tuntas. Konsumen akan merasa puas jika pengelola bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan konsumen misalnya seperti tadi jika ada kritikan atau saran harus didengarkan dan menyelesaikan persoalan jika ada.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani konsumen diharapkan pengelola mampu melayani secara tepat, cepat, dan sesuai dengan prosedur. Layanan yang diberikan harus sesuai jadwal dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standart dan keinginan para konsumen.

e. Mampu berkomunikasi dengan baik

Pengelola harus mampu berkomunikasi yang baik dengan para konsumen. Komunikasi yang baik disini adalah, setiap pengelola harus mampu menjelaskan kepada konsumen dengan tutur kata yang halus, sopan, dan mudah untuk dipahami.

f. Berusaha memahami kebutuhan pembeli (konsumen)

Pengelola harus cepat dan tanggap terhadap apa yang diinginkan konsumen. Pengelola (admin pelayanan) harus lebih dulu berusaha untuk mengerti kemauan konsumennya dengan cara mendengar penjelasan, keluhan, ataupun kebutuhan konsumennya secara baik agar pelayanan terhadap keluhan maupun keinginan yang diharapkan konsumennya tidak salah. Dan hasilnya memberikan kenyamanan dan kepuasan pada konsumen tersebut.

g. Mampu memberikan kepercayaan pada konsumen

Kepercayaan konsumen maupun calon konsumen kepada sebuah toko atau badan usaha mutlak diperlukan. Hal ini penting untuk kelangsungan kinerja sebuah badan usaha. Menjaga kepercayaan konsumen lama dapat dengan memberikan pelayanan yang baik, salah satunya tidak mengabaikan keberadaanya dan memberikan bonus-

bonus semisal memberikan gratis ongkir, dan bonus barang-barang lainnya.

h. Memberikan jaminan pada setiap transaksi

Memberikan jaminan pada setiap transaksi kepada konsumen sama halnya dengan menjaga keberlangsungan serta kepercayaan konsumen terhadap sebuah badan usaha. Salah satu diantaranya pelayanan yang diberikan oleh toko syubban shop ialah adanya pengembalian barang yang cacat maupun rusak, dengan pengembalian barang tersebut ongkir(ongkos kirim) ditanggung oleh pihak toko syubban shop sepenuhnya, dan pihak toko syubban shop akan memberikan pelayanan dengan cara mengganti barang yang baru lagi. Hal tersebut dilakukan untuk kepuasan para konsumen dan keberlangsungan toko syubban shop itu sendiri

Tujuan didirikannya toko syubban shop adalah untuk memperkenalkan majlis taklim dan sholawat *syubbanul muslimin* melalui produk-produk yang diproduksi berlogo syubbanul muslimin dan kaset VCD yang berisikan lantunan sholawat, mencari keuntungan atau profit yang halal serta barokah, bergerak pada bidang usaha busana muslim yang sesuai dengan ajaran islam, dan berdakwah melalui usaha toko syubban shop dengan cara mengenalkan ke publik, baik secara offline maupun online.

Tinjauan Hukum Bisnis Syari'ah Terhadap Implementasi Pemasaran Produk Toko Syubban Shop

Hukum bisnis syari'ah merupakan keseluruhan dari peraturan dan ketentuan hukum yang berkaitan dengan praktik bisnis secara syar'i atau sesuai dengan syariat guna meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran umat manusia. Terdapat beberapa istilah dalam Al-Quran terkait dengan usaha bisnis, namun dalam pendekatan fiqh keuangan, pengertian bisnis secara umum lazim disebut dengan istilah *tijarah* (perdagangan atau perniagaan). Dalam bisnis syariah, pengertian keuntungan tentu bukan hanya semata-mata berhenti pada tataran materiel, melainkan sampai usaha bagaimana mendapatkan keridhaan Allah ketika menjalankan bisnis. Pemikiran ini mengacu pada makna bisnis dalam Al-Quran yang tidak hanya terkait dengan hal-hal yang bersifat materi, tetapi justru kebanyakan mengarah pada nilai-nilai yang bersifat *imateriel*.⁸

Bisnis dalam syari'ah bertujuan untuk mencapai beberapa hal yang pada dasarnya juga diterapkan pada konsep pemasaran toko syubban shop yaitu :⁹

⁸Burhanuddin S, *Hukum Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : UII Press, 2011),2

⁹ Veithzal Rivai et al., *islamic business and Economic Etics*, (jakarta: Bumi Aksara, cet. 1.2012), 13

1. *Target Hasil: profit* materi dan *benefit* nonmateri. Tujuan bisnis tidak selalu mencari profit (*qimah madiyah* atau nilai materi), tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan *benefit* (keuntungan dan manfaat) nonmateri, baik bagi pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya hubungan persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

Dalam penerapannya toko syubban shop dengan melakukan konsep pemasaran ajakan untuk membeli sambil beramal menciptakan kepedulian sosial antara satu dengan yang lainnya yang bertujuan saling membantu untuk menciptakan kebaikan bersama. Dengan begitu perlu adanya dukungan dari kita bahwasanya untuk menciptakan kepedulian sosial dengan cara sukarela dan tidak ada unsur pemaksaan. disamping untuk mencari *qimah madiyah*, juga masih menjadi dua orientasi lainnya, yaitu *qimah khuluqiyah* dan *ruhiyah*. *qimah khuluqiyah* merupakan nilai- nilai akhlaq mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul pada kegiatan bisnis , sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang islami. Sedangkan *qimah ruhiyah* berarti, perbuatan tersebut dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Dengan kata lain, ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungan dengan Allah. Inilah yang dimaksud, bahwa setiap perbuatan muslim adalah ibadah. Amal perbuatannya bersifat materi, sedangkan kesadaran akan hubungan dengan allah ketika melakukan bisnis dinamakan rohnya.

2. *Keberkahan* : Toko syubban shop dalam implementasi pemasaran selalu mengedepankan faktor keberkahan,yang mana ada dalam prinsip di dalam prinsip bisnis syariah yaitu faktor keberkahan atau upaya menggapai ridha Allah SWT, pengelola toko syubban shop mematok orientasi keberkahan ini menjadi visi bisnisnya, agar senantiasa dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihinya keridhaan allah, dengan beberapa konsep yang dilakukan yaitu konsep dakwah yang mana telah menjadi tujuan untuk senantiasa tidak hanya mementingkan target hasil atau profit yang diperoleh, tetapi mematok kepada orientasi keberkahan serta membantu untuk perjuangan para kyai dalam membumikan sholawat melalui majelis syubbanul muslimin. Hal itu dikarenakan keberkahan ini sangat penting dan perlu diterapkan dalam hal bisnis syariah kepada para wirausaha yang lainnya agar senantiasa tidak hanya mementingkan profit melainkan supaya dalam setiap langkah bisnisnya menjadi ladang ibadah.

KESIMPULAN

Implementasi pemasaran produk pada toko syubban shop menggunakan dua konsep, konsep yang pertama yaitu terdapat pada slogan berjualan sambil dakwah yang mana arti dan tujuannya adalah mengenalkan

konsumen kepada baginda Rasulullah SAW melalui seni sholawat kepada masyarakat luas dan yang kedua yaitu pada slogan mengajak membeli sambil beramal arti serta tujuan tersebut dimaksudkan untuk hasil dari penjualan dari konsumen akan masuk untuk beramal seperti untuk membangun masjid, membangun pondok rehabilitas narkoba dan membantu perjuangan majelis lainnya dalam hal untuk kebaikan masyarakat.

Strategi pemasaran yang digunakan toko syubban shop pada target hasil, tidak selalu mencari profit *qimah madiyah*, tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan dan manfaat) untuk orientasi lainnya, yaitu *qimah khuluqiyah* yang merupakan nilai-nilai akhlaq mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul pada kegiatan bisnis dan *qimah ruhiyah* perbuatan tersebut dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Serta implementasi pemasarannya selalu mengedepankan faktor keberkahan, yang merupakan bagian dari prinsip bisnis syariah yaitu faktor keberkahan atau upaya menggapai ridha Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Tanzeh, M.Pd.I *Metodologi Penelitian Praktis*, (Sleman Yogyakarta: Teras, 2011).

Burhanuddin S, *Hukum Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : UII Press, 2011).

Fajar Mukti, dan Yulianto Achmad. *Dualism Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).

Hasan Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada).

John W. Creswell. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).

Suharsimi Arikunto. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. (Jakarta: PT.Ahdi Mahasatya, 2013)

Veithzal Rivai et al., *islamic business and Economic Etics*, (jakarta: Bumi Aksara, cet. 1.2012)

<http://eprints.polsri.ac.id/5968/3/BAB%20II.pdf>, 11

https://theconversion.com/article_details.php?id=inovasi-produk-untuk-mengatasi-persaingan-usaha

<https://an-nur.ac.id/filosofi-bisnis-islam/>