

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Petani Kangkung Kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan)

Rintis Kristianti, Irfanun Nisa' Tsalits Hartanty

Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Balikpapan

kristiantirintis@gmail.com

nisa.prayitno@gmail.com

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh para Petani Kangkung yang ada di Kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data yang diolah merupakan hasil wawancara dengan pedagang maupun pembeli yang ada di pasar tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan studi dokumen yang dimana penulis melihat langsung keadaan di lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Petani kangkung di kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan sebagian menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan syariat Islam seperti jujur, menjual produk halal, menjual produk yang berkualitas dan sebagian pula menggunakan strategi pemasaran yang dilarang dalam ajaran Islam seperti adanya unsur penipuan dalam bertransaksi dan ketidakjujuran, Dan ada juga yang tidak sesuai dengan etika ekonomi Islam seperti mengurangi timbangan, menyembunyikan cacat barang, sumpah palsu dan reklame palsu.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Ekonomi Islam, Petani Kangkung

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan dunia usaha yang sekarang ini telah dilanda proses globalisasi mengharuskan perusahaan untuk selalu mengikutinya dengan penuh kesadaran untuk lebih memantapkan pelaksanaan manajemen profesional pada masing-masing perusahaan yang berkecimpung dalam pasar terbuka agar dapat mempertahankan eksistensi dan pengembangan usahanya dimasa-masa mendatang. Oleh karena itu, dalam era globalisasi ini, persaingan dikalangan pelaku ekonomi tentunya akan semakin tajam, sedangkan arena pemasaran juga akan semakin ketat persaingannya.

Dengan persaingan yang amat tajam dan ketat inilah yang mengharuskan setiap perusahaan agar lebih memperhatikan salah satu aspek yang amat vital dalam manajemen perusahaan yaitu bidang "Pemasaran" atau "Marketing". Pemasaran adalah saluran komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan pelanggan. Melalui pemasaran, pelanggan mengetahui tentang nilai produk, kegunaannya, dan info tambahan yang

mungkin berguna bagi pelanggan. Ini menciptakan kesadaran merek dan membuat bisnis berkembang

Namun sayangnya, berdasarkan hasil pengamatan empiris selama ini, dapat dikatakan bahwa salah satu kelemahan pada usaha yang bergerak dalam kegiatan pertanian, justru terletak pada bidang pemasaran tersebut. Padahal disadari bahwa berhasil tidaknya suatu usaha salah satunya sangat ditentukan oleh berhasil tidaknya diimplementasikan manajemen strategi dan manajemen pemasaran secara profesional, sehingga kegiatan usaha dapat hidup dan berkembang ditengah persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini.

Prinsip dasar pemasaran produk pertanian Islam melainkan secara agama diatur oleh prinsip-prinsip dan dikenal karena pengendalianmoral yang kuat. Ini, tidak diragukan lagi, adalah titik awal yang baik untuk menganalisis pemasaran hasil pertanian dalam perspektif Islam. Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat

Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta'ala, yang artinya, "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisaa: 29)

Terdapat Kampung Kangkung Sumber Rejo di Pulau Kalimantan. Tempat ini unik, spesial bak Argowisata. Suguhan menarik dari Kampung Kangkung Sumber Rejo dan lokasinya ada di kawasan RT 40 Jalan Sumber Rejo II, Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan, Provinsi Kalimantan Timur terbilang cukup kreatif. Warga di Kampung Kangkung Sumber Rejo, menyulap sebidang tanah berukuran 1.07 hektare menjadi sebuah kebun. Kebun ini ditanami khusus tanaman sayur kangkung lalu diberi nama Kampung Kangkung Sumber Rejo. Sejak tahun 2009 dibentuk, keberadaan Kampung Kangkung Sumber Rejo tersebut diakui sangat membantu perekonomian warga setempat.

Tak heran di Kampung Kangkung Sumber Rejo ini memasok sumber kangkung untuk di wilayah perkotaan Kota Balikpapan. Pasalnya kangkung dari Kampung Kangkung Sumber Rejo yang dijual rata-rata baru habis dipanen dan tidak diawetkan. Inilah spesial kangkung dari Kampung Kangkung Sumber Rejo, Balikpapan Tengah. Sehingga fokus kajian dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam: Studi Kasus Petani Kangkung di Kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Pemasaran menurut Kotler (2012:27) adalah Pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial dengan mana individu-individu atau kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui, pencipta, penawaran dan pertukaran produk-produk bernilai. Kemudian menurut American Marketing Association (AMA) mendefinisikan

periklanan dan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana untuk penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan penawaran untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan karakter dan tujuan organisasi.

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai hasil aktifitas bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen dan mencakup pembelian, penjualan, transportasi, pergudangan, standarisasi, tingkatan, financing, dan resiko. Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan social. Karena kegiatan pemasaran menyangkut masalah mengalirnya produk dari produsen ke konsumen, maka pemasaran menciptakan lapangan kerja yang penting bagi masyarakat.

Dengan berkembangnya pemasaran, maka berkembang pulalah jenis barang dan jasa yang dihasilkan. Demikian pula makin banyak barang dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat. Jika zaman dulu orang belum mengenal televisi, computer, deodoran, fast food, dan sebagainya, maka sekarang orang mencari barang tersebut.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Strategi pemasaran mengandung dua factor yang terpisah tetapi berhubungan dengan erat yakni:

- 1) Pasar target/sasaran, yaitu suatu kelompok konsumen yang homogeny, yang merupakan "sasaran" perusahaan.
- 2) Bauran pemasaran yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu sama lain. Keberhasilan perusahaan di bidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang

layak, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang efektif. Didalam bauran pemasaran meliputi 4P yaitu:

1) Product (Produk)

Salah satu tugas utama dan tanggung jawab mereka yang berkecimpung di bidang manajemen pemasaran adalah memikirkan desain produk. Dimuka telah diuraikan bahwa produk yang dibuat adalah produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

2) Price (Harga)

Pengertian harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix.

3) Place (Tempat Penyaluran)

Distribusi (penyaluran) merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ketangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat. Oleh karena itu, kebijakan penyaluran merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang mencakup penentuan saluran pemasaran dan distribusi fisik.

4) Promotion (Promosi)

Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya, promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen melalui produk yang ditawarkan.

Dari pembahasan di atas dapat dipahami bahwa bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang sekaligus berkesinambungan satu sama lain. Keberhasilan seseorang dalam pemasaran tidak lepas dari bagaimana memilih barang dagangan yang sedang dicari konsumen, menetapkan biaya yang murah oleh konsumen, mendistribusikan barang dan jasa yang tepat kepada pelanggan dan promosi yang tinggi untuk menarik konsumen.

Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam yaitu ilmu yang mempelajari sebagai ilmu yang mempelajari

perilaku muslim (orang yang beriman) dalam suatu masyarakat islam yang mengikuti al- qur'an, hadits nabi, ijma dan qiyas.

Muhammad bin Abdullah Al Arabi dalam At Tariqi (2004), menurutnya ekonomi islam adalah "kumpulan prinsip-prinsip umum tentang ekonomi yang kita ambil dari Al-qur'an dan sunnah Nabi Muhammad SAW dan pondasi ekonomi yang kita bangun atas dasar pokok-pokok itu dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan waktu".

Abdullah Abdul Husain At-tariqi (2004), mendefinisikan ekonomi islam sebagai ilmu tentang hukum-hukum syari'at aplikatif yang diambil dari dalil-dalilnya yang terperinci tentang persoalan yang terkait dengan mencari, membelanjakan, dan cara-cara mengembangkan harta. Inilah yang dimaksud dengan tujuan ekonomi islam yang pertama. Dalam segala harapan, harus tergambar kesetiaan kepada Allah SWT. Sebagai usaha mencari kampong akhirat yang keka abadi. Dengan ini, terjawablah segala keraguan tentang perlunya dasar ketuhanan dalam ekonomi. Dengan perkataan lain, ekonomi yang mengusahakan membagikan dan memakai materi harus diisi dengan jiwa kerohanian yang luhur dan semangat ketuhanan yang tinggi.

Ekonomi Islam menciptakan keseimbangan antara kepentingan individu dengan kepentingan umum. Arti keseimbangan dalam system social Islam adalah, Islam tidak mengakui hak mutlak dan kebebasan mutlak, tetapi mempunyai batasan-batasan tertentu, termasuk dalam hak milik. Hanya keadilan yang dapat melindungi keseimbangan antara batasan-batasan yang ditetapkan dalam system Islam untuk kepemilikan individu dan umum.

Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Menurut Abdul Manan (1993) landasan ekonomi islam didasarkan pada tiga konsep fundamental, yaitu: keimanan kepada Allah (tauhid), kepemimpinan (khilafah) dan keadilan (a'dalah). Tauhid adalah konsep yang paling penting dan mendasar, sebab konsep yang pertama adalah dasar pelaksanaan segala aktivitas baik yang menyangkut abudiah / ibadah

mahdah (berkait sholat, zikir, shiam, tilawat-an, Al-Qur'an.. Tauhid mengandung implikasi bahwa alam semesta diciptakan oleh Allah yang Maha Kuasa, yang Maha Esa, yang sekaligus pemilik mutlak alam semesta ini. Segala sesuatu yang dia ciptakan mempunyai satu tujuan.

Tujuan inilah yang memberikan makna dari setiap eksistensi alam semesta dimana manusia merupakan salah satu bagian di dalamnya. Kalau demikian halnya, manusia yang dibekali dengan kehendak bebas, rasionalitas, kesadaran moral yang dikombinasikan dengan kesadaran ketuhanan yang inheren dituntut untuk hidup dalam kepatuhan dan ibadah kepada tuhan yang maha kuasa. Dengan demikian, konsep tauhid bukanlah sekedar pengakuan realitas, tetapi juga suatu respons aktif terhadapnya.

Semua orang didorong untuk bekerja bersama-sama dalam menyusun suatu system ekonomi yang berdasarkan prinsip persamaan dan keadilan kepada semua orang dan tidak hanya tertuju kepada individu atau suatu pihak tertentu saja dalam masyarakat. Oleh karena itu, Islam mengatur adanya prinsip produksi, distribusi dan konsumsi untuk mewujudkan keadilan.

1) Prinsip produksi

Dalam ekonomi Islam, kita dapat membagi sumber-sumber produksi ke dalam beberapa kategori yaitu:

- Tanah.
- Substansi-substansi primer.
- Aliran air (sungai) alam.
- Berbagai kekayaan alam lainnya.

Semua kekayaan alam telah disediakan untuk manusia yang harus dijaga dan dimanfaatkan, bukan hanya untuk individu tetapi juga mempertimbangkan kepentingan umum. Sebagai mana firman Allah SWT, dalam Q.S An-nahl ayat 67 yaitu:

وَمِنْ ثَمَرَاتِ النَّخِيلِ وَالْأَعْنَابِ تَتَّخِذُونَ مِنْهُ سَكَرًا وَرِزْقًا
حَسَنًا إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَعْلَمُونَ

“Dan dari buah korma dan anggur, kamu buat minuman yang memabukkan dan rezeki yang baik. Sesungguhnya pada yang demikian

itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang memikirkan”.

Maksud yang terkandung dalam ayat di atas, memberikan manfaat yang jelas yaitu islam menetapkan hukum halal haram dengan usaha yang berbeda-beda dalam memperoleh pendapat dan melarang semua atura yang merusakkan ahlak dan lingkungan social. Islam memberikan kebebasan kepada seseorang untuk memperoleh kehidupan dan memiliki harta kekayaan, tetapi di samping itu ia harus berinisiatif untuk mengambil langkah supaya sumber produksi tidak digunakan sewenang-wenang untuk kesuksesan atau meningkatkan orang tertentu dan menindas anggota masyarakat yang lemah.

2) Prinsip Distribusi

Apabila manusia membelanjakan uang secara boros dan bermewah-mewah, mereka akan menjadi lupa daratan dan mengingkari Allah SWT. Mereka akan bertindak demikian walaupun (sebenarnya) mengetahui perbuatan itu salah dan tidak adil. Demi kehidupan yang mewah dan kesenang-kesenangannya, mereka tidak segan-segan menindas golongan miskin dan lemah untuk mencapai maksudnya yang individualistis. Oleh karena itu orang yang kaya akan bertambah kaya dan yang miskin semakin miskin. Akhirnya pendistribusian yang tidak sama (adil) akan memporarporandakan keutuhan masyarakat.

3) Prinsip Konsumsi

Ajaran-ajaran Islam mengajarkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan. Prinsip keadilan menentukan cara penggunaan harta sebagaimana diterangkan dalam Q.S Al-A'raf ayat 31 yaitu:

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا
وَشَرِبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.

Maksudnya yaitu janganlah melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan

pula melampaui batas-batas makanan yang dihalalkan. Bentuk-bentuk pembelanjaan yang dianggap baik ialah apabila seseorang itu mampu hidup dengan memuaskan kebutuhannya pada taraf yang sederhana. Jika terdapat kelebihan, keadilan kebajikan umum dan memberikan bantuan kepada orang yang tidak mampu berusaha untuk mendapatkan bagian yang sewajarnya.

Karakteristik Ekonomi Islam

Terdapat beberapa karakteristik yang merupakan kelebihan dalam system ekonomi islam menurut Abdullah At-Tariqi, antara lain:

- 1) Bersumber dari Illahiyah
- 2) Ekonomi pertengahan dan berimbang
Ekonomi islam mengandung kepentingan pribadi dan kemaslahatan masyarakat dalam bentuk yang berimbang.
- 3) Ekonomi berkecukupan dan berkeadilan
- 4) Ekonomi pertumbuhan dan keberkahan

Karakteristik ekonomi islam bersumber dari illahiyah karena merupakan peraturan dari allah, ekonomi islam juga mengandung kepentingan pribadi dan kemaslahatan masyarakat, ekonomi berkecukupan dan berkeadilan yaitu memposisikan manusia sebagai pengganti Allah dibumi untuk memakmurkan masyarakat tidak hanya memanfaatkan kekayaan alam saja, sedangkan ekoomi pertumbuhan dan perkembangan yaitu beroprasi dan investasi harta secara legal.

Etika Perdagangan Ekonomi Islam

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sangsi akan diterima. Dimana sangsi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.

Dalam Islam kegiatan perdagangan itu haruslah mengikuti kaidah-kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah. Aktivitas perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama mempunyai nilai ibadah. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli, masing-masing akan mendapat

keuntungan. Adapun etika perdagangan Islam tersebut antara lain:

- 1) Jujur
- 2) Amanah
- 3) Murah Hati
- 4) Tidak mengambil laba terlalu banyak.
- 5) Membayar harga sedikit lebih mahal kepada penjual yang lebih miskin.
- 6) Memurahkan harga atau memberi korting kepada pembeli yang miskin. Ini memiliki pahala yang berlipat ganda.
- 7) Bila membayar hutang, pembayaran dipercepat dari waktu yang telah ditentukan.
- 8) Membatalkan jual beli, jika pihak pembeli menginginkannya.
- 9) Bila menjual bahan pangan kepada orang miskin secara cicilan, maka jangan ditagih.

Larangan dalam Perdagangan Ekonomi Islam

Beberapa bentuk transaksi yang Nabi Muhammad SAW. semasa hidupnya telah melarang bentuk bisnis dan perdagangan yang pada hakekatnya adalah menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain, memicu perselisihan dan adanya ketidak jelasan dalam jual beli. Berikut ini larangan yang harus di jauhi oleh para pelaku pedagang Islam:

- 1) Mengurangi Timbangan
- 2) Barang Cacat yang di sembunyikan
- 3) Sumpah Palsu
- 4) Najasy (Reklame Palsu).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam sebuah skripsi sangatlah penting karena menyampaikan maksud dalam suatu penelitian. Adapun metode yang digunakan dalam skripsi tersebut, sebagai berikut :

Jenis, Lokasi dan Subjek Penelitian

1) Jenis Penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu, penelitian yang berupaya menganalisis kehidupan sosial dengan menggambarkan dunia sosial dari sudut pandang atau interpretasi individu dalam latar alamiah. Proses penelitian dan pemahamannya yang

berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia yang sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan hasil penelitian.

2) Lokasi dan Waktu Penelitian

Sesuai judul penelitian di atas, maka lokasi penelitian dilakukan di Kampung Kangkung RT. 40, Kelurahan Sumber Rejo Kecamatan Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan.

3) Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah petani kangkung yang ada di Jalan Sumber Rejo II ,Kelurahan Sumber Rejo,Kecamatan Balikpapan Tengah.

Pendekatan Penelitian

Ada dua pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

1) Pendekatan Normatif

Pendekatan normatif yaitu pendekatan yang berkaitan dengan agama baik dari segi ajaran pokok dan asli dari Tuhan yang di dalamnya belum terdapat penalaran pemikiran manusia. Dalam pendekatan ini agama dilihat sebagai suatu kebenaran mutlak dari Tuhan, tidak ada keraguan sedikitpun dan tampak bersikap ideal.

2) Pendekatan Sosiologi

Dengan menggunakan pendekatan sosiologi, maka peneliti dapat mengetahui bagaimana hubungan sosial antara pihak perusahaan dengan para pelanggan.

Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi dua, yaitu:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data pertama atau sumber di lapangan. Biasanya peneliti mengamati dan mewawancarai langsung kepada para petani

mengenai konsep pemasaran yang mereka lakukan.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang dibeli dari laporan dokumen dan arsip arsip, misalnya buku-buku tentang pemasaran, usaha menguntungkan ala Nabi, ekonomi Islam, dan berbagai literatur yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Sumber data sekunder dalam penelitian yang berkaitan dengan penelitian. Seperti buku-buku dan kitab-kitab. Buku pokok yang di pakai yaitu Pengantar Bisnis pengarang Fuad dkk, Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam pengarang Indri dkk, Pengantar Bisnis Modern pengarang Mahmud machfoedz, Menejemen Bisnis Syari'ah pengarang Buchari Alma dkk, Menejemen Pemasaran pengarang Sofjan Assuari, Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam pengarang Lukman Hakim.

Metode Pengumpulan Data

Dalam rencana mengumpulkan data, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1) Metode Observasi

Secara garis besar, observasi atau pengamatan pun dilakukan untuk melakukan pengukuran. Akan tetapi, pengamatan atau pernyataan di sini dimaknai lebih sempit, yaitu pernyataan yang menggunakan indra penglihatan yang kapasitasnya tidak lagi bertanya.

Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung, dalam arti terjun langsung ke lapangan untuk menuai informasi terkait dengan permasalahan yang diteliti, tempat peneliti mengkaji dan mengarsipkan fenomena-fenomena yang ada pada pedagang yang mengangkat kegiatan periklanan dan pemasaran kangkung di Kelurahan Sumber Rejo, Kota Balikpapan. Yang diamati dalam penelitian ini adalah tentang strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam.

2) Metode Interview (wawancara)

Wawancara (interview) adalah pengumpulan informasi dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung dengan

menggunakan pewawancara (pengumpul data) kepada responden. Wawancara juga dapat dilakukan melalui telepon seluler. Dalam pengambilan sampel, penulis hanya mengambil sampel sebanyak 20 orang petani.

Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui fakta atau keterangan dari pedagang dan masyarakat yang dianggap fundamental untuk berkomunikasi. Hal ini sekaligus dilakukan untuk menentukan sejauh mana Petani Kangkung di Kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan menjadi objek penelitian dalam menerapkan strategi pemasaran dalam kegiatan jual beli. Peneliti berbicara atau bertatap muka langsung dengan petani dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait permasalahan yang akan dibahas dan mencatatnya sebagai sumber informasi. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa wawancara merupakan pendekatan pengumpulan data yang lebih mendalam dari responden dan jawaban responden dicatat.

3) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan pendekatan dengan mengumpulkan informasi yang tidak langsung ditunjukkan kepada subjek penelitian. Dokumen yang diteliti dapat lebih dari beberapa jenis, sekarang tidak hanya dokumen resmi. Metode dokumentasi adalah untuk menemukan data tentang hal-hal atau variabel dalam struktur transkrip, surat kabar, majalah dan sebagainya. Peneliti memperoleh data dari buku-buku yang tersedia di perpustakaan, tesis dan data di lapangan.

4) Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah. Adapun contoh instrumen pengumpulan datanya, seperti, pedoman wawancara, lembar pengamatan atau panduan pengamatan (observasi).

PEMBAHASAN

Deskripsi Petani Kangkung di Kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan

Sumber Rejo adalah salah satu desa di Kecamatan Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur, Indonesia. Desa Sumber Rejo yang dilindungi dalam Wilayah Administratif Kabupaten Balikpapan Tengah merupakan Desa definitif terutama berdasarkan Keputusan Gubernur Daerah Tingkat I Kalimantan Timur dengan luas 220,50 Ha (Tanah). Saat ini wilayah Desa Sumber Rejo terbagi menjadi lima puluh empat RT.

Terdapat Kampung Kangkung Sumber Rejo di pulau Kalimantan. Daerah ini unik, unik seperti Argotourism. Warga Kampung Kangkung Sumber Rejo memodifikasi sebidang tanah seluas 1,07 hektare menjadi taman. Halaman belakang ini dulunya khusus ditanami kangkung dan dulunya bernama Kampung Kangkung Sumber Rejo. Sejak 2009, keberadaan Kampung Kangkung Sumber Rejo diakui sangat bermanfaat bagi perekonomian sekitar. Dan rata-rata petani Kampung Kangkung Sumber Rejo membayar sewa kepada pemilik lahan Kampung Kangkung Sumber Rejo sebesar Rp. 150.000 per petak. Dan setiap petak di Kampung Kangkung Sumber Rejo berukuran 10 x 20 meter persegi.

Petani Kampung Kangkung Sumber Rejo juga mengklaim bahwa kangkung dari Kampung Kangkung Sumber Rejo memiliki khasiat yang luar biasa di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Kebun kangkung ini luasnya 1.07 hektar. Ada 23 kelompok tani yang menggarap yang mana 95 persen merupakan warga Sumber Rejo sendiri. Dengan dijadikan perkebunan ini sebagai wisata edukasi adalah untuk memperkenalkan ikon Balikpapan Tengah dan juga peningkatan pemberdayaan masyarakat agar punya nilai lebih.

Tak heran di Kampung Kangkung Sumber Rejo ini memasok sumber kangkung untuk di wilayah perkotaan Kota Balikpapan. Pasalnya kangkung dari Kampung Kangkung Sumber Rejo yang dijual rata-rata baru habis dipanen dan tidak diawetkan. Inilah spesial kangkung dari Kampung Kangkung Sumber Rejo, Balikpapan Tengah. Sementara dari segi perawatan kangkung di Kampung Kangkung Sumber Rejo, mereka para petani Kampung Kangkung Sumber Rejo mengaku rutin melakukan penyemprotan hama dengan cara alami.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Sominem, (65 Tahun) salah satu petani di Kampung Kangkung Sumber Rejo tersebut. Dia mengaku dalam sehari dirinya mampu meraup keuntungan bersih sebesar Rp 150.000 dari hasil kangkung yang ia jual ke pasar.

Sementara itu, Suwito (56 tahun) yang juga merupakan petani di Kampung Kangkung Sumber Rejo tersebut mengaku dalam sehari ia memperoleh keuntungan sebesar Rp 1.500.000 dari hasil kangkung segar yang dijual. "Alhamdulillah lumayan penghasilannya, kalau sehari kita disini saja bisa untung Rp 1.500.000," katanya.

Karakteristik Petani Kangkung

Karakteristik Petani Kangkung dapat dilihat dari indikasi dalam hal kegiatannya, tingkat pendidikan dan lamanya berprofesi sebagai Petani, dan agama. Berikut ini akan digambarkan karakteristik petani, jumlah petani yang tinggal di Kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan sekitar 120 petani kangkung, namun penulis hanya menyajikan data untuk 20 sampel. Dari hasil wawancara para Petani Kangkung di Kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan, yaitu

No	Nama Petani	Lama Bertani (Tahun)	Pend	Agama	Pendapatan per Bulan
1	Saraping	24	SD	ISLAM	3,000,000
2	Mursid	8	SMA	ISLAM	2,100,000
3	Eko	10	SMA	ISLAM	2,200,000
4	Bayu	15	SMP	ISLAM	2,500,000
5	Udin	12	SMP	ISLAM	2,300,000
6	Joko	14	SMA	ISLAM	2,400,000
7	Suwito	9	SMA	ISLAM	1,800,000
8	Firly	8	SMP	ISLAM	1,600,000
9	Sominem	25	SD	ISLAM	5,000,000
10	Tukimin	23	SD	ISLAM	4,000,000
11	Ridho	11	SMP	ISLAM	2,000,000
12	Willy	7	SMP	KRISTEN	1,500,000
13	Derry	16	SMP	ISLAM	1,700,000
14	Deddy	13	SMA	ISLAM	1,650,000
15	Hendra	17	SMP	ISLAM	1,850,000
16	Andi	19	SMP	ISLAM	2,050,000
17	Ramadhan	15	SMP	ISLAM	1,750,000
18	Frengky	22	SD	KRISTEN	3,150,000
19	Ilham	20	SMP	ISLAM	2,900,000
20	Acong	19	SMP	ISLAM	2,700,000

Tabel 4.1 Daftar Petani Kangkung di Kelurahan Sumber Rejo

Berdasarkan data lapangan di atas, dapat diketahui beberapa faktor yang menyebabkan perilaku mereka tersebut antara lain:

Berdasarkan Pengalaman Bertani

Dari keterangan di atas, rata-rata pengalaman bertani petani Kangkung adalah 7 tahun. Keinginan yang sangat besar terkadang tidak terpenuhi dari hasil penjualan kangkung saja, apalagi kangkung tidak laku.

Menurut Saraping, "penghasilannya pas-pasan tapi kebutuhannya selalu meningkat. Apalagi bagi petani kecil seperti saya yang penghasilannya tidak menentu, pekerjaan ojek seringkali menjadi pekerjaan sampingan yang saya pilih meskipun sudah tua, walaupun efeknya tidak lagi yang diperlukan yang halal, karena tidak ada pekerjaan yang lain. Biasanya kalau saya ngojek, anak saya membantu saya bertani dengan istri saya. Sedangkan menurut Mursid "dengan kebutuhan yang mendesak dan pengaruh umur yang membuat saya hanya memikirkan keuntungan semata, yang penting kebutuhan keluarga tercukupi untuk sehari-hari tanpa memikirkan halal haramnya dan kurangnya pemahaman saya tentang agama Islam".

Berdasarkan data yang diperoleh, dalam hal pengalaman kerja atau berdagang, para petani cukup berpengalaman, hal ini dapat dilihat dari lamanya mereka dalam bertani dan menjalankan usaha dagangnya. Dimana, pengalaman mereka bertani dan berdagang kebanyakan lebih dari 5 tahun.

Berdasarkan Pendidikan

Dari data di atas, Joko mengatakan bahwa "kalau masalah pendidikan, saya cuma lulusan sekolah dasar karena masalah biaya yang tidak ada. Jangankan untuk biaya sekolah, untuk mencukupi kebutuhan keluarga saja, kalau tercukupi sudah syukur. Karena orang tua saya dulu hanya bekerja sebagai petani yang penghasilannya tidak menentu. Sedangkan penjelasan dari pak Suwito "pendidikan saya telah mencapai pada bangku SMA, setelah lulus SMA sebenarnya saya ingin melanjutkan pendidikan pada bangku perkuliahan, namun karena soal biaya, niat untuk melanjutkan pendidikan harus saya abaikan".

Dalam hal pendidikan menunjukkan bahwa sebagai petani kangkung mempunyai tingkat pendidikan yang cukup rendah karena sebagian besar petani hanya menempuh jenjang pendidikan sekolah dasar. Tingkat pendidikan pada umumnya tidak mempunyai kaitan langsung dengan profesi berdagang. Sehingga kurang efisien dalam mengelola aset. Padahal efisiensi merupakan keharusan yang sangat penting di dalam etika bisnis Islam. Sedangkan tingkat pendidikan seseorang yang semakin tinggi akan mempengaruhi nilai-nilai yang dianutnya, cara berfikir dan cara pandang.

Latar Belakang Petani Kangkung Melakukan Dugaan Penyimpangan

Firly mengatakan bahwa "kebutuhan sangat tinggi, biaya anak sekolah, biaya makan, cicilan hutang, untuk hal itu mendapatkan keuntungan yang besar adalah tujuan yang utama. Tidak ingin tahu pula apa yang saya lakukan ini seperti memberikan keterangan yang tidak sesuai dengan sayuran yang sebenarnya tanpa sepengetahuan pembeli, hal tersebut diperbolehkan atau tidak dalam Islam. Karena jika tidak lakukan seperti itu, maka kerugian yang akan didapatkan, jika tidak hutang yang semakin menumpuk. Dengan biaya hidup yang semakin mahal sehingga apapun yang dilakukan dan sangat sulit mencari pekerjaan lain yang penghasilannya dapat mencukupi kebutuhan keluarga. dan berdagang sayur-sayuran menjadi solusi terakhir.

Keuntungan memang menjadi faktor utama dalam mencapai tujuan yang diinginkan setiap pedagang. Namun dalam setiap pengambilan keuntungan haruslah dengan jalan yang baik dan bijaksana agar tidak merugikan orang lain dan mendapatkan keberkahan Allah SWT. Hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada Acong bahwa "pemahaman keagamaan yang saya pahami masih sangat kurang. Saya terkadang melalaikan sholat, terlebih lagi pada waktu dzuhur, karena pada waktu dzuhur banyak yang membeli".

Pemahaman terhadap agama membawa pengaruh khususnya dalam perdagangan, maka dapatlah saudagar muslim memelihara diri dari tindakan dan transaksi yang haram yang dimurkai Allah dan sebaliknya mematuhi cara-

cara dagang yang benar sepanjang ketentuan syariat Islam yang membuahkan keberkahan Allah SWT.

Strategi pemasaran yang dilakukan petani Kangkung di Kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan, yaitu sebagai berikut:

1) Strategi Produk

Sebagian besar petani di Kelurahan Sumber Rejo Kota masih ada yang melakukan perilaku yang dilarang oleh syariat Islam seperti menyembunyikan kecacatan kangkung dengan mengemas kembali kangkung yang sudah rusak.

Hal tersebut dilakukan karena para petani kangkung tidak mau rugi. Perilaku itu terlalu gegabah dan justru dapat menyedatkan usaha yang dijalankannya. Kemudian dalam hal menakar atau menimbang kangkung yang dijual, para petani masih melakukan kecurangan, dalam angka berat barang. Hal ini disebabkan karena ingin mendapatkan keuntungan yang lebih besar, tanpa berfikir panjang apakah yang dilakukannya sudah sesuai dengan konsep ekonomi Islam atau tidak. Perilaku ini sangat tidak diperbolehkan karena suatu bisnis yang sehat adalah bisnis yang bersifat normatif yakni yang bertumpu pada prinsip-prinsip etika bisnis.

2) Strategi Tempat

Petani kangkung di Kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan dalam hal pemasaran dalam konteks distribusi atau lokasi, seperti: kecepatan, ketepatan waktu, keamanan dan kebutuhan barang serta kompetensi pelayanan, bahwa petani kangkung dalam melakukan transaksi barang dagangannya kadang-kadang terjadi perebutan pelanggan, dalam artian petani memburu pembeli untuk datang ketempatnya dan tidak menghiraukan petani yang lain, ini artinya menyaingi saudaranya sendiri. Hal ini dilakukan Petani karena semata-mata untuk mendapatkan untung yang besar. Kemudian dalam menawarkan barang dagangannya, masih ada pedagang yang memaksa pembeli yang telah menjadi sasarannya agar mau membeli kangkung yang ditawarkannya.

3) Strategi Harga

Islam membolehkan intervensi harga dalam artian petani hendaknya menawarkan kangkungnya dengan harga yang wajar, tidak mengambil keuntungan lebih besar dari semestinya. Para petani kangkung di Kelurahan Sumber Rejo ada yang menaikkan harga dua kali lipat dari harga dasar kepada orang yang tidak mengetahui harga pasar, saat puasa, lebaran dan musim hajatan mereka menaikkan harga dagangannya. Ini berarti dalam menentukan harga dan keuntungan harus proporsional, tidak boleh melebihi-lebihkan dan tidak boleh terlalu sedikit.

4) Strategi Promosi

Hasil survey peneliti, terkadang petani kangkung di Kelurahan Sumber Rejo dalam menjelaskan selalu memuji kualitas barang dagangannya secara berlebihan, dengan cara memuji kebaikan barang dagangannya bahwa kangkung yang ia jual berkualitas bagus dan baik, dan harganya murah dibandingkan dengan pedagang yang lainnya. Kemudian ada juga yang mengucapkan kata sumpah, bahwa barang yang dijual tersebut bagus dan murah, padahal barang yang ditawarkan itu tidak sesuai dengan yang diucapkan. Para petani kangkung melakukan hal ini agar kangkung yang mereka jual laris, habis terjual. Hal ini membuat para konsumen merasa dirugikan.

Perbedaan sikap petani Muslim dan petani Non-Muslim.

Dalam memahami dan meneladaninya butuh adanya pemahaman terhadap konteks yang melatarbelakangi sikap dan perilaku Nabi dalam berhubungan dengan non-muslim tersebut. Sama halnya dengan sikap para petani muslim dan non-muslim pasti punya perbedaan sikap ataupun perilaku dalam kegiatan bertani serta memasarkan hasil tani. Dalam kegiatan bertani dan memasarkan hasil panen, beberapa petani muslim mengikuti ajaran Nabi SAW, seperti dalam hadis berikut:

“Setelah shalat Subuh maka janganlah kamu tidur sehingga kamu tidak lalai dalam mencari rezeki.” (HR. Ath-Thabrani), “Bangunlah di pagi hari untuk mencari rezeki dan kebutuhanmu. Sesungguhnya pada pagi hari

terdapat barakah dan keberuntungan.” (HR. Ath-Thabrani dan Al-Bazzar).

Beberapa petani muslim setelah melaksanakan shalat subuh mereka langsung pergi panen kangkung di lahan mereka masing-masing, mereka panen sekitar 2-3 jam. “Sebelum memanen kangkung tidak lupa kami para petani mengucapkan Basmallah agar hasil panen kami mendapatkan berkah, setelah kami panen, hasil panen sayur kangkung tersebut langsung kami jual ke pemasok atau langsung jual ke pasar. Dapat disimpulkan bahwa sikap para petani muslim sangat bertawakal.

Namun berbeda dengan petani non-muslim. Mereka pergi panen juga sama sekitar 2-3 jam. “Kami pergi panen sekitar jam 7 pagi sambil menunggu matahari muncul, karena kalau terlalu pagi kami masih mengantuk”.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara dengan beberapa petani dan pembeli di Kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan, maka peneliti menyimpulkan bahwa para petani ada yang sudah menerapkan ekonomi Islam dan ada juga yang tidak menerapkan ekonomi Islam.

Strategi pemasaran kangkung di Kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan dapat disimpulkan sebagai yaitu dalam strategi produk masih ada yang melakukan penipuan dengan menyembunyikan cacat barang dan mengurangi timbangan. Dalam strategi tempat yaitu beralokasi di kelurahan sumber rejo kota Balikpapan. Dalam strategi harga yaitu petani ada yang menaikkan harga kangkung kepada konsumen yang tidak mengetahui harga pasar dan menaikkan harga pada situasi tertentu seperti pada saat musim hajatan dan lebaran. Dalam strategi promosi yaitu ada yang melakukan reklame palsu, pedagang memuji-muji dagangannya secara berlebihan serta menggunakan kata-kata sumpah.

Alasan petani kangkung melakukan dugaan penyimpangan yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dan tidak mau menanggung kerugian kangkung yang cacat. Perspektif Ekonomi Islam terhadap pemasaran kangkung di kelurahan Sumber Rejo Kota Balikpapan yaitu ada yang sesuai dengan

ekonomi Islam dan ada yang tidak sesuai dengan ekonomi Islam. Yang sesuai dengan ekonomi Islam yaitu dalam hal bertindak jujur dan benar, amanah dan murah hati. Sedangkan yang tidak sesuai dengan ekonomi Islam yaitu dalam hal mengurangi timbangan, menyembunyikan cacat barang, sumpah palsu, dan najasy (reklame palsu).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dirasakan perlu diadakan upaya untuk meningkatkan penyuluhan atau penetapan ajaran-ajaran Islam terutama kegiatan jual beli dikalangan masyarakat dengan memberikan informasi yang sesuai dengan perkembangan mereka, sehingga mereka dapat meningkatkan kemajuan usaha melalui penerapan strategi pemasaran atau perdagangan yang Islami, baik secara teori maupun praktek, serta agar dapat meminimalisir terjadinya penyimpangan yang berkelanjutan.

1) Bagi Petani Kampung Kangkung Kota Balikpapan

Petani hendaknya berlaku jujur kepada pembeli, apabila ada barang yang kualitasnya kurang baik sebaiknya dijelaskan sebelum dibeli karena dapat merugikan pembeli. Pembeli hendaknya memilih barang dengan kualitas yang baik sehingga dapat bertahan lama apabila Kangkung yang mereka jual tidak laku sehingga dapat dijual kemudian hari.

2) Bagi Pembeli

Pembeli seharusnya lebih teliti terhadap barang yang akan mereka beli, jangan tergiur dengan harga yang murah namun memiliki kualitas barang yang kurang baik, sehingga gampang mudah busuk dan tidak dapat di manfaatkan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah Zaky Al Kaaf, *Ekonomi Islam Dalam Perspektif Islam*, Bandung, Cv Pustaka Setia, 2002.

- Al Imam Al Bukhari, Shahih Bukhari, terj. Umairul Ahabab Baiquni dkk, Bandung: Husaini Bandung
- Buchari Alma dkk, *Menejemen Bisnis Syari'ah*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Cholid Narbuko Dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian Memberikan Bekal Teoritis Pada Mahasiswa Tentang Metodologi Penelitian Serta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian Dengan Langkah-Langkah Yang Benar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), Cet-9.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Diponegoro, Bandung, 2000.
- Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- <https://id.scribd.com/doc/297868628/Pengertian-Pedagang>, tgl 4 September 2021, jam 19:50
- https://id.wikipedia.org/wiki/Sumber_tersier, Tanggal 2-Sep-2021, Jam 19.30
- <http://matematikawansejati.blogspot.co.id/2013/09/aturan-perdagangan-menurut-hukum-islam.html>, Hari Selasa, Tanggal 4 September 2021, Jam 18.30.
- <https://shariaeconomics.wordpress.com/tag/mek-anisme-pasar-dalam-perspektif-ekonomi-islam/>, hari selasa, tanggal 4 September 2021, jam 19.17
- Husaini Usman dkk, *Metodologi Penelitian Social*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Ika Yunia Fauziah, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Indri dkk, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Lintas Pustaka, 2008.
- Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Social*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- Jasman & Agustin, R, (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Tradisional)*. KHOZANA, Vol. 1, No. 1, Januari 2018. E-ISSN: 2614-8625. Hlm. 65-9