

Promosi Penjualan Pakaian Wanita Di Media Sosial Perspektif Hukum Islam

Siti Zalikha

Institut Agama Islam (IAI) Al-Aziziyah Samalanga Bireuen Aceh

email: sitizalikha@iaialaziziyah.ac.id

ABSTRACT

The aim of this study is to describe the Islamic law perspective on *salām* trade and the promotion of women's clothing on social media. This study is a library research study. The analysis revealed that according to Islamic law, *salām* trade is permissible based on the principles of the religion, but consideration must be given to the commodities that are prohibited by Islam. *salām* transactions can only be conducted with goods that are permissible in Islamic teachings, thus illegal goods cannot be used as transaction objects. In *salām* trade, elements that may damage the transaction, such as *riba*, injustice, fraud, deception, and others, are not allowed. In Islamic law, *salām* trade is recommended as a fair and just business method. This transaction avoids doubts about the price and quality of the goods, and payment is made in advance to avoid usury and speculation practices. However, in promoting women's clothing on social media, it is important to avoid displaying content that contradicts Islamic values and to adhere to Islamic ethics when using photos and videos to avoid negative impressions.

Key Words: Promotion, Clothing, Social Media, Islamic Law

ABSTRAK

Tujuan kajian ini adalah untuk menggambarkan pandangan hukum Islam terkait jual beli *salām* dan promosi pakaian wanita di media sosial. Kajian ini termasuk kajian *library research*. Hasil analisis di dapat bahwa Dalam pandangan hukum Islam, jual beli *salām* diizinkan dengan prinsip-prinsip yang ada dalam agama tersebut, namun harus memperhatikan komoditas yang dilarang oleh Islam. Transaksi *salām* hanya dapat dilakukan dengan barang yang diperbolehkan dalam ajaran Islam, sehingga barang ilegal tidak dapat dijadikan sebagai objek transaksi. Dalam jual beli *salām*, unsur-unsur yang merusak transaksi seperti *riba*, kezaliman, penipuan, kecurangan dan lainnya tidak diperbolehkan. Dalam hukum Islam, transaksi jual beli *salām* dianjurkan sebagai cara bisnis yang baik dan adil. Transaksi ini menghindari keraguan mengenai harga dan kualitas barang, dan pembayaran dilakukan di muka untuk menghindari praktek *riba* dan spekulasi. Namun, dalam melakukan promosi penjualan pakaian wanita di media sosial, perlu diingat agar tidak menampilkan konten yang bertentangan dengan

nilai-nilai Islam dan memperhatikan etika Islam dalam penggunaan foto dan video agar tidak menimbulkan kesan buruk.

Kata Kunci: Promosi, Pakaian, Media Sosial, Hukum Islam

PENDAHULUAN

Pemasaran dan promosi produk telah menjadi suatu keharusan bagi setiap bisnis, termasuk bisnis pakaian wanita. Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu cara yang paling efektif untuk mempromosikan produk. Berkembangnya media elektronik yang mempengaruhi aspek kehidupan manusia, khususnya dalam bertransaksi jual beli melalui media online, yakni internet¹ dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial telah menjadi platform pemasaran yang paling populer di era digital saat ini. Hal ini karena pengguna media sosial yang semakin banyak dan menyebar di seluruh dunia. Dengan jumlah pengguna yang besar, media sosial dapat menjadi saluran pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk dan jasa.

Media sosial memiliki peran yang penting dalam mempromosikan produk dan meningkatkan kesadaran merek. Sebuah bisnis pakaian wanita dapat memanfaatkan media sosial untuk memposting gambar, video, atau teks tentang produk mereka untuk menarik perhatian calon pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek mereka. Selain itu, media sosial juga memungkinkan bisnis untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan potensial dan memberikan informasi lebih lanjut tentang produk mereka.

Selain meningkatkan kesadaran merek, media sosial juga dapat meningkatkan keterlibatan dan ketertarikan pelanggan dengan merek bisnis pakaian wanita. Dengan berbagi konten yang menarik dan mengadakan kontes atau promosi di media sosial, bisnis dapat mendorong pelanggan untuk berpartisipasi aktif dan berinteraksi dengan merek mereka. Hal ini dapat membantu bisnis untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas merek.

Lebih jauh, media sosial juga dapat meningkatkan penjualan bisnis pakaian wanita. Bisnis dapat menawarkan produk mereka langsung kepada pelanggan melalui postingan atau iklan yang ditargetkan. Selain itu, dengan menawarkan promosi dan diskon khusus yang hanya tersedia melalui platform media sosial, bisnis dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian dan meningkatkan penjualan bisnis. Promosi penjualan pakaian wanita di grup media sosial berpengaruh terhadap minat beli pembeli semua orang termasuk mahasiswi.²

¹ Siti Rohani, "Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita Di Group Bbm Terhadap Minat Beli Mahasiswi Iain Palopo Dalam Perspektif Hukum Islam", *Journal of Institution And Sharia Finance*, 2 (1), 2019, 140-157.

² Siti Rohani, "Pengaruh...", h. 140.

Terakhir, media sosial juga memungkinkan bisnis pakaian wanita untuk memperluas jangkauan mereka ke seluruh dunia. Dengan memanfaatkan fitur seperti iklan terpilih dan promosi yang ditargetkan, bisnis dapat menjangkau pelanggan di seluruh dunia dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Hal ini dapat membantu bisnis untuk tumbuh dan berkembang lebih baik.

Setiap kalangan memiliki akses terhadap media sosial, sehingga dengan mudah suatu informasi dapat mencapai sasaran yang diinginkan.³ Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam promosi produk di era digital saat ini. Bisnis dapat memanfaatkan platform media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek, engagement pelanggan, meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan mereka. Namun, dalam melakukan promosi produk di media sosial, perlu dipertimbangkan juga aspek-aspek hukum dan etika yang berkaitan dengan bisnis dan promosi dalam perspektif hukum Islam.

METODE KAJIAN

Penelitian ini menggunakan metode library research, yang melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber seperti majalah, jurnal, buku, dan internet yang berkaitan dengan topik penelitian. Metode ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang terperinci dan lengkap mengenai topik yang diteliti, sehingga memungkinkan peneliti untuk membuat kesimpulan yang kuat dan dapat diandalkan.⁴ Dalam metode library research, peneliti akan melakukan analisis terhadap informasi yang diperoleh dan menggunakannya sebagai dasar untuk membahas dan menjelaskan temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jual Beli *salām* dalam Islam

Transaksi jual beli *salām* adalah suatu kontrak yang dilakukan antara penjual dan pembeli dengan cara membayar harga di muka dan menyerahkan barang belanjaan pada waktu yang akan datang. Dalam fiqh Islam, jual beli pesanan (indent) dikenal sebagai *as-salām* dalam bahasa penduduk Irak. *As-salām* secara terminologi adalah transaksi jual beli dimana barang yang dijual memiliki ciri-ciri yang telah dijelaskan dengan jelas, pembayaran dilakukan di muka, dan penyerahan barang dilakukan di waktu yang tertentu di masa yang akan datang. Dengan kata lain, barang yang dijual belum tersedia atau siap untuk diserahkan pada saat transaksi, tetapi pembayaran dilakukan terlebih dahulu.⁶

³ Arif Alfani & Hasep Saputra, "Menghujat dan Menista di Media Sosial Perspektif Hukum Islam", *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam* Vol. 4, No. 1, 2019, h. 35-50.

⁴ Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K, *Research methods in education* (London: Routledge, 2018), h. 232.

⁵ Imam An-Nawawi, *Roudhoh Ath Talibin IV*, Mesir: Dar Al-Ma'rifah, tt), h. 3.

⁶ Mohammad Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 143.

Salah satu definisi *salām* dalam terminologi syariat adalah transaksi jual beli yang terjadi pada suatu barang yang ciri-cirinya telah dijelaskan, ada dalam tanggung jawab penjual, dan telah disepakati harga pada saat kesepakatan transaksi terjadi di majlis akad. Dengan demikian, *salām* atau salaf dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk jual beli dalam Islam.⁷

Istilah "jual beli *salām* " tidak secara spesifik disebutkan dalam Al-Qur'an. Namun, prinsip-prinsip yang mendasari transaksi jual beli *salām* , seperti kejelasan jenis dan kualitas barang, kesepakatan harga, dan penyerahan barang pada waktu yang telah disepakati, telah dijelaskan dalam Al-Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad SAW.

Dalam Al-Qur'an, Allah SWT memerintahkan umat manusia untuk memenuhi perjanjian dan kesepakatan yang telah disepakati dengan jujur dan adil. Surat Al-Ma'idah ayat 1 menyatakan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ
وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۖ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Terjemah Kemenag 2019

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji!¹⁹² Dihalalkan bagimu hewan ternak, kecuali yang akan disebutkan kepadamu (keharamannya) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.

Maksud janji di sini adalah janji kepada Allah Swt. untuk mengikuti ajaran-Nya dan janji kepada manusia dalam muamalah. Ayat yang di atas adalah surat Al-Ma'idah ayat 1, di mana Allah SWT memerintahkan umat manusia untuk memenuhi janji-janji yang telah mereka buat. Hal ini termasuk janji-janji dalam muamalah atau transaksi, di mana kejelasan dan kesepakatan harus dipenuhi dengan jujur dan adil.

Dalam konteks jual beli *salām* , kejelasan dan kesepakatan sangat penting dalam menjamin kesepakatan yang sah dan adil. Penjual harus memastikan bahwa barang yang dijual jelas jenis, jumlah, dan spesifikasinya. Sementara itu, pembeli harus memastikan bahwa harga yang disepakati adil dan tidak ada unsur penipuan.

Jual beli *salām* sendiri adalah salah satu bentuk transaksi yang halal dalam Islam, di mana pembayaran dilakukan di muka dan pengiriman barang dilakukan di kemudian hari. Prinsip-prinsip yang mendasarinya sejalan dengan nilai-nilai Islam yang mengutamakan kejujuran, keadilan, dan keterbukaan dalam berbisnis.

⁷ Syaikh Abdullah Abdurrahman Alu Bassam, *Syarah Hadist Hukum Bukhori Muslim*, (Beirut: Darul Fikr, 2007), h. 760.

Dalam melakukan jual beli *salām*, perlu diingat bahwa transaksi harus dilakukan dengan cara yang halal dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Misalnya, memilih barang yang halal dan menjaga etika serta sopan santun dalam bertransaksi. Dengan demikian, jual beli *salām* dalam Islam dapat menjadi salah satu alternatif transaksi yang adil dan terpercaya, selama dilakukan dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam.

Dalam hadis, Nabi Muhammad SAW juga menekankan pentingnya kejelasan dan kesepakatan dalam transaksi jual beli. Beliau bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "لَا يَحِلُّ بَيْعُ الْمَعْضُومِ وَلَا بَيْعُ الْعَرْرِ وَلَا الْمُنْبَطِحِ وَلَا الْمُحَرَّمِ وَلَا بَيْعُ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ"

"Janganlah salah seorang di antara kalian menjual barang yang belum dimilikinya, dan janganlah ia membeli barang yang belum ada. Janganlah kalian menggadaikan sesuatu yang belum kalian miliki, dan janganlah kalian membeli sesuatu yang di dalamnya terdapat unsur-unsur yang tidak jelas." (HR. Bukhari)⁸

Dari hadis tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa transaksi jual beli *salām* dalam Islam harus dilakukan dengan kejelasan dan kesepakatan yang jelas, serta tidak boleh ada unsur penipuan atau manipulasi harga. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip bisnis yang adil dan jujur dalam Islam.

Menurut An-Nawawi, *As-salām* adalah jenis transaksi yang melibatkan barang yang masih dalam tanggungan dan memenuhi kriteria-kriteria tertentu. Pembayaran dalam transaksi ini harus dilakukan secara segera.⁹

As-salām adalah salah satu jenis transaksi dalam Islam yang melibatkan jual beli barang yang masih dalam tanggungan, namun pembayaran dilakukan secara segera. Menurut Imam An-Nawawi, transaksi *As-salām* ini memiliki kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi, yaitu:

Barang yang diperjualbelikan harus spesifik dan jelas. Artinya, barang yang akan dijual harus diketahui secara pasti jenis, jumlah, kualitas, dan sifatnya. 1) Barang yang diperjualbelikan haruslah barang yang dapat dimiliki dan dapat diserahkan. Barang tersebut juga harus memenuhi syarat kelayakan dan tidak bertentangan dengan syariat Islam. 2) Harga barang yang diperjualbelikan haruslah disepakati bersama antara pembeli dan penjual. Harga tersebut haruslah wajar dan sesuai dengan harga pasar. 3) Pembayaran harus dilakukan secara segera dan tidak boleh ditunda. Hal ini menghindari kemungkinan terjadinya riba, yang dilarang dalam Islam.

⁸ Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Sahih Bukhari*, terj. Tim Penyusun Penterjemah (Lembaga Pengkajian dan Pengembangan Islam Indonesia), (Lebanon: Dar al-Fikr, ttp), Jilid 3, , h. 126.

⁹ Imam Yahya bin Syaraf An-Nawawi, *Al-Majmu' Syarh al-Muhadzdzab*, (Lebanon: Darul Ma'mun li Atthaqafah, tt), h. 532.

Transaksi *As-salām* dapat diterapkan dalam berbagai bidang, seperti pertanian, perkebunan, dan peternakan. Contoh penggunaan transaksi *As-salām* adalah ketika seorang petani menjual hasil panennya sebelum masa panen tiba, dengan harga yang disepakati bersama, namun pembayaran dilakukan secara segera. Dalam hal ini, transaksi *As-salām* memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, yaitu petani dan pembeli, karena petani dapat memperoleh modal untuk melakukan usahanya dan pembeli dapat memperoleh barang yang dibutuhkan dengan harga yang lebih murah.

Promosi Pakaian Wanita di Media dalam Perspektif Hukum Islam

Dalam hukum Islam, promosi penjualan pakaian wanita di media sosial dapat dilakukan dengan menggunakan transaksi jual beli *salām*. Promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan suatu metode untuk mempengaruhi konsumen secara langsung agar lebih tertarik untuk membeli suatu produk dengan merek tertentu.¹⁰ Promosi penjualan bertujuan untuk mengenalkan produk kepada konsumen dengan lebih baik. Hal ini dilakukan oleh perusahaan selama proses penjualan produk mereka.

Menurut Basu Swastha, promosi penjualan adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pembelian konsumen dan pedagang. Kegiatan ini melibatkan penggunaan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi, dan sejenisnya. Promosi penjualan dilakukan sebagai bagian dari kegiatan pemasaran selain dari penjualan personal dan iklan publik.¹¹

Dalam konteks promosi penjualan pakaian wanita di media sosial, penjual dapat melakukan transaksi jual beli *salām* dengan calon pembeli yang tertarik dengan produk yang ditawarkan. Penjual akan menawarkan produk pakaian wanita melalui media sosial dengan menyertakan informasi mengenai harga dan spesifikasi produk. Apabila ada calon pembeli yang tertarik, maka penjual dapat melakukan transaksi jual beli *salām* dengan pembayaran di muka dan pengiriman barang pada waktu yang telah disepakati.

Menurut pandangan hukum Islam, jual beli *salām* diizinkan dalam Islam dengan prinsip-prinsip yang ada dalam agama tersebut, kecuali pada komoditas tertentu yang dilarang oleh Islam seperti minuman keras, bangkai, dan babi. Dalam transaksi *salām*, barang yang diperjual belikan haruslah barang yang diperbolehkan oleh ajaran Islam. Oleh karena itu, barang ilegal menurut Islam tidak sesuai dengan ketentuan transaksi *salām*. Dalam jual beli *salām*, tidak diperbolehkan adanya unsur-unsur yang dapat merusak transaksi, seperti riba, kezaliman, penipuan, kecurangan, dan lain sejenisnya.¹²

¹⁰ Bambang Tri Cahyono, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI, 1995), h. 71.

¹¹ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 1989), h. 95.

¹² Siti Rohani, *Pengaruh...*, h. 154.

Dalam hukum Islam, transaksi jual beli *salām* merupakan salah satu cara yang dianjurkan untuk melakukan bisnis dengan cara yang baik dan adil. Dalam transaksi ini, harga barang sudah ditentukan sebelumnya sehingga tidak terjadi keraguan mengenai harga dan kualitas barang. Selain itu, pembayaran dilakukan di muka sehingga dapat menghindari praktek riba dan spekulasi. Namun, dalam melakukan promosi penjualan pakaian wanita di media sosial, perlu diingat bahwa promosi tersebut harus dilakukan dengan cara yang sopan dan tidak menampilkan konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, penggunaan foto dan video dalam promosi harus memperhatikan etika Islam dan tidak menimbulkan kesan yang buruk.

PENUTUP

Dalam pandangan hukum Islam, jual beli *salām* diizinkan dengan prinsip-prinsip yang ada dalam agama tersebut, namun harus memperhatikan komoditas yang dilarang oleh Islam. Transaksi *salām* hanya dapat dilakukan dengan barang yang diperbolehkan dalam ajaran Islam, sehingga barang ilegal tidak dapat dijadikan sebagai objek transaksi. Dalam jual beli *salām*, unsur-unsur yang merusak transaksi seperti riba, kezaliman, penipuan, kecurangan dan lainnya tidak diperbolehkan.

Dalam hukum Islam, transaksi jual beli *salām* dianjurkan sebagai cara bisnis yang baik dan adil. Transaksi ini menghindari keraguan mengenai harga dan kualitas barang, dan pembayaran dilakukan di muka untuk menghindari praktek riba dan spekulasi. Namun, dalam melakukan promosi penjualan pakaian wanita di media sosial, perlu diingat agar tidak menampilkan konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam dan memperhatikan etika Islam dalam penggunaan foto dan video agar tidak menimbulkan kesan buruk.

REFERENSI

- Arif Alfani & Hasep Saputra, "Menghujat dan Menista di Media Sosial Perspektif Hukum Islam", *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam* Vol. 4, No. 1, 2019.
- Bambang Tri Cahyono, *Strategi Pemasaran*, Jakarta: Lembaga Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI, 1995.
- Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty, 1989.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K, *Research methods in education*, London: Routledge, 2018.
- Fawziah, dkk., "Analisis Fiqh Terhadap Promosi Produk Pada Media Sosial Dalam Perspektif Syariah", *Jurnal Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah, Hukum dan Pembangunan*, Vol. 19, No. 1, Juni 2019.
- Imam An-Nawawi, *Roudhoh Ath Talibin IV*, Mesir: Dar Al-Ma'rifah, tt.

- Imam Yahya bin Syaraf An-Nawawi, *Al-Majmu' Syarh al-Muhadzdzab*, Lebanon: Darul Ma'mun li Atthaqafah, tt.
- IPWI, 1995.
- Mohammad Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Muhammad Amirudin, dkk. "Etika Promosi Produk Dalam Bisnis Online: Perspektif Hukum Islam", *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 12, No. 1, Januari 2020.
- Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Sahih Bukhari*, terj. Tim Penyusun Penterjemah (Lembaga Pengkajian dan Pengembangan Islam Indonesia), (Lebanon: Dar al-Fikr, ttp), Jilid 3, , h. 126.
- Siti Rohani, "Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita Di Group Bbm Terhadap Minat Beli Mahasiswi Iain Palopo Dalam Perspektif Hukum Islam", *Journal of Institution And Sharia Finance*, 2 (1), 2019.
- Syaikh Abdullah Abdurrahman Alu Bassam, *Syarah Hadist Hukum Bukhori Muslim*, Beirut: Darul Fikr, 2007.