

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi pemasaran syariah

1. Pengertian strategi

Strategi berasal dari kata “*strategos*” yang artinya memimpin, dalam konteks awal strategi disebut *generalship* yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan misi mengalahkan lawan dan memenangkan perang, yang dilakukan karena mengalahkan lawan memerlukan sebuah pemikiran yang strategik agar dapat berhasil dengan baik dalam mencapai tujuan yang diinginkan.¹ Menurut Tedjo Tripomo strategi adalah suatu rencana tentang apa yang ingin dicapai atau keinginan seperti apa yang diinginkan organisasi dimasa depan, dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut.²

Secara umum strategi merupakan suatu proses dalam menentukan suatu perencanaan dalam perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang yang ingin dicapai. Dan secara khusus strategi merupakan suatu perencanaan atau tindakan yang

¹ Nur kholis, *Manajemen strategi pendidikan*, (Surabaya: CV. Cahaya Intan XII, 2014). h.5

² Nazarudin, *Manajemen strategik*, (CV Amanah, 2018). H. 3

dilakukan secara terus menerus agar peningkatan dalam perusahaan terus berkembang guna mencapai tujuan yang diinginkan dan yang diharapkan oleh konsumen dimasa yang akan datang. Dengan dilakukannya strategi dalam perusahaan, hal itu dapat membuat kuat suatu organisasi, jadi strategi merupakan jalan untuk mencapai tujuan, bukan sekedar rencana tapi juga rencana yang menyatukan semua bagian dalam organisasi menjadi satu sehingga organisasi meliputi semua aspek dalam organisasi.³

2. Pengertian pemasaran syariah

Pemasaran merupakan suatu hal yang penting dalam perusahaan, yang memegang peran dalam mencari konsumen melalui rancangan yang ditetapkan perusahaan. Kegiatan pemasaran dilakukan dalam suatu proses mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian.⁴

Menurut Hermawan Kertajaya nilai inti dari pemasaran syariah yaitu integritas dan transparansi, sehingga marketer tidak boleh bohong dan konsumen membeli atau memakai jasa dalam perusahaan karena butuh dan sesuai dengan

³ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016). hal, 21

⁴Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Ssyariah (Teori dan Praktek)*, (Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2001), hal 1

keinginan dan serta kebutuhannya dan bukan karena diskonnya.⁵

Menurut Kotler pemasaran merupakan proses sosial, dimana dengan proses itu, individu dan kelompok individu mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran dan secara bebas bertukar produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.⁶

Pemasaran dalam Islam merupakan suatu kegiatan muamalah yang dibenarkan dalam Islam, asalkan dalam kegiatannya tidak melanggar dari ketentuan syariat, seperti yang telah dijelaskan dalam surat An-Nisa ayat 29 yaitu:

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

Artinya : “wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan

⁵ Purnama Putra dan Wiwik Hasbiah, *teori dan praktek pemasaran syariah*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), hal 18

⁶ Kotler dalam buku Tety Elida, Ari Raharjo, *Pemasaran Digital*, (Bogor : IPB Press, 2019), h 1

*janganlah kamu membunuh dirimu sungguh allah maha penyayang kepadamu”.*⁷

Dalam pemasaran bukan hanya produk atau barang saja yang menjadi nilai kepuasan dalam konsumen tetapi juga faktor lainnya yaitu produk, harga, lokasi, distribusi dan sebagainya, bukan hanya sekedar memasarkan produk tapi juga dapat membantu memenuhi keinginan dan kebutuhan dalam masyarakat.⁸

3. Pengertian strategi pemasaran syariah

Strategi pemasaran merupakan suatu upaya memasarkan suatu produk, baik dalam bentuk barang ataupun jasa, dengan melakukan perencanaan dan trik tertentu guna menarik konsumen lebih banyak. Terdapat tiga faktor dalam penentuan nilai harga barang dan jasa yaitu produksi, pemasaran dan konsumsi.⁹

Menurut Antonio, strategi pemasaran syariah adalah sebagai alat fundamental yang dirancang agar mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang

⁷ Al-Quran Indonesia surat An-Nisa ayat 29

⁸ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Ssyariah (Teori dan Praktek)*, (Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2001), hal 1-3

⁹ Marissa Grace Haque-Fawzi, dkk, *Strategi pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022), h 9

digunakan untuk mencapai pasar sasaran tersebut yang bertumpu pada empat prinsip dasar: yaitu ketuhanaan (*rabbaaniyah*), menjunjung tinggi akhlak mulia (*akhlaqiyah*), mewaspadaai keadaan pasar yang selalu berubah (*waqi'ah*), dan selalu memartabatkan manusia dan terpola syarat berdasarkan syariah, dengan inovasi, efesiensi, servis, dan responsibility.¹⁰

Strategi pemasaran syariah sangat diperlukan dalam perusahaan karena pemasaran dalam bentuk mu'ammalah dibenarkan dalam islam. Selagi dalam transaksi tersebut tidak keluar dari rana syariah dan tidak melanggar ketentuan islam maka transaksi itu diperbolehkan. Terdapat dua landasan dasar dalam pemasaran syariah, yang pertama adalah pemasaran harus dilandaasi oleh semangat ibadah kepada Tuhan Yang Maha Esa. Dan yang kedua berusaha semaksimal mungkin, bukan hanya untuk diri sendiri atau golongan, melainkan demi kesejahteraan bersama. Oleh karena itu pelaku pemasaran harus mempertimbangkan implikasi dari keputusan-keputusan yang akan dilakukan dalam strategi pemasaran yang dilakukan.¹¹

¹⁰ Antonio dal buku Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktek)*, (Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2001), hal 3-4

¹¹ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktek)*...h 4-5

4. Karakteristik pemasaran syariah

- a) Teistis (*rabbaniyyah*): jiwa seorang syariah meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan.
- b) Etis (*akhlaqiyyah*): keistimewaan lain dari syariah marketer selain karena teistis juga sangat mengedepankan masalah akhlak, (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal yang diajarkan oleh semua agama. Merumuskan tujuan perusahaan Dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan akan lebih muda untuk membuat dan melakukan tujuan yang ingin dicapai, baik dalam jangka pendek maupun panjang.
- c) Realistis (*al-waqiyyah*): merupakan konsep pemasaran yang fleksibel, konsep pemasaran yang fleksibel, para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja. Dan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam kegiatan pemasarannya.

- d) Humanistis (*insaniyyah* yaitu syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dalam panduan syariah. Tidak memandang ras, kebangsaan dan status.¹²

5. Konsep strategi pemasaran

Pemasaran merupakan suatu ilmu dan seni yang mengarah pada proses penciptaan, penyampaian dan pengomunikasian *value* kepada para konsumen dan menjaga hubungan baik kepada para stakeholdersnya. Pemasaran syariah bukan hanya pemasaran yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih pada pemasaran syariah saja, tetapi lebih jauhnya pemasaran berperan dalam syariah dan syariah berperan dalam pemasaran. Dalam artian syariah berperan dalam pemasaran yang bermakna suatu pemahaman terhadap nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran, sehingga diharapkan dalam perusahaan tidak hanya semata menjalankan bisnis hanya untuk keuntungan pribadi saja tetapi juga menjaga perusahaan agar tetap terjaga

¹² Purnama Putra dan wiwik hasbiah, *teori dan praktek pemasaran syariah*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), hal 18-19

keseimbangan laju bisnisnya, sehingga menjadi bisnis yang berkelanjutan.¹³

Ada beberapa teknnis dalam pemasaraan syariah salah satunya syariah *marketing strategy* untuk memenangkan *mind-share* dan syariah *marketing value* untuk memenangkan *heart-share*. Syariah *marketing strategy* melakukan segmenting, targeting, dan positioning market dengan melihat pertumbuhan pasar, keunggulan kompetitif, dan situasi persaingan sehingga dapat melihat potensi dan perkembangan pasar agar dapat memenangkan *mind-share*. Dan syariah *marketing value* melihat brand sebagai nama baik yang menjadi identitas suatu perusahaan atau orang sehingga contohnya perusahaan yang mendapatkan best customer servis dalam bisnisnya sehingga mampu mendapatkan *heart-share*.¹⁴

Kotler & Armstrong mengemukakan 5 (lima) jenis orientasi manajemen pemasaran yaitu:

1. Konsep produksi (production concept) berpendapat bahwa para konsumen akan menyukai produk-produk yang tersedia luas dan sangat terjangkau harganya.

¹³ Purnama Putra dan wiwik hasbiah, *teori dan praktek pemasaran syariah*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), hal 18-19

¹⁴ Purnama Putra dan wiwik hasbiah, *teori dan praktek pemasaran syariah...h* 19

2. Konsep produk (product concept) berpendapat bahwa para konsumen menyukai produk-produk yang menawarkan mutu, kinerja, serta fitur- fitur inovatif yang terbaik. Dengan kata lain, faktor utama yang menyokong keberhasilan pemasaran adalah kualitas produk.
3. Konsep penjualan (selling concept) berpendapat bahwa para konsumen tidak akan membeli produk-produk perusahaan dalam jumlah yang cukup jika tidak dilakukan upaya promosi dalam skala besar.
4. Konsep pemasaran (marketing concept) berpendapat bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung kepada pemahaman akan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan seberapa mampu perusahaan memenuhinya dengan cara yang lebih efektif dan efisien dibanding para pesaing.
5. Konsep pemasaran bernuansa sosial (societal marketing concept) berpendapat bahwa organisasi harus mengetahui kebutuhan-kebutuhan, keinginan-keinginan, dan minat-minat pasar-pasar sasaran, serta menyampaikan kepuasan yang diinginkan oleh mereka secara lebih efektif dan efisien daripada para pesaing dengan cara yang

mempertahankan atau memperbaiki kesejahteraan konsumen dan masyarakat.¹⁵

B. Produk tabungan haji

1. Pengertian produk

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang dapat ditawarkan ke suatu pasar dalam upaya dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan yang diperlukan konsumen, produk barang atau jasa yang berarti:

- a) Hasil proses dalam kegiatan produk wujud dan terwujud seperti jasa, program komputer, desain dan petunjuk pemakaian.
- b) Merupakan kegiatan dalam proses seperti pemberian jasa atau pelaksanaan proses produksi. Nilai pada produk bukan hanya pada kepemilikannya tapi pada jasa apa yang dapat diberikan.

Produk merupakan gabungan dari barang dan jasa yang dipasarkan dan ditawarkan oleh seseorang guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pasar. Jadi dalam pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa produk itu bukan hanya berupa barang tapi juga berupa jasa, produk yang dihasilkan dapat

¹⁵ Marissa Grace Haque-Fawzi, dkk, *Strategi pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022), h 35

memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen, sehingga perusahaan dituntut untuk kreatif dalam mengembangkan dan menghasilkan produk karena keinginan konsumen berbeda-beda.¹⁶

2. Pengertian tabungan

Tabungan merupakan salah satu produk yang ada di bank syariah dimana konsumen melakukan penabungan atau simpanan uang kepada pihak bank.

رَحِمَ اللهُ رَجُلًا كَسَبَ طَيِّبًا وَأَنْفَقَ قَصْدًا وَقَدَّمَ فَضْلًا لِيَوْمِ فِقْرِهِ وَفَاقْتِهِ

Artinya: “Allah mengasihi orang mencari harta yang baik, membelanjakannya secara wajar, dan menyimpan kelebihanannya untuk saat krisis dan fakir (Hilyatul Aulia no. 2022)”.

Dan dalam hadis riwayat Imam Bukhari juga mengatakan bahwa: Rasulullah shallallahu’ alaihi wa sallam bersabda:

“ Simpanlah sebagian dari harta kamu untuk kebaikan masa depan kamu, karena itu jauh lebih baik bagimu”. (HR. Bukhari)

Dengan menabung, seseorang dapat terhindar dari sifat israf dan tabzir, karena kelebihan harta yang telah dimiliki dapat di simpan untuk waktu-waktu sulit yang mungkin terjadi

¹⁶ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktek)*, (Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2001), h.19-20

di kemudian hari, namun dengan catatan bahwa menabung tidak dianjurkan dilakukan secara berlebih-lebihan. Meskipun menabung diperbolehkan namun tentu ada hal-hal yang diperhatikan, salah satunya menghindari didapatnya riba dari aktivitas menabung tersebut. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk menghindari hal tersebut adalah dengan menabung di bank yang menerapkan konsep syariah yang baik dan benar, karena dapat menjadi pilihan yang tepat untuk generasi muslim yang ingin menabung dan terhindar dari unsur riba.¹⁷

Tabungan merupakan simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi melalui akad *mudharabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, dimana penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati. Dan tidak bisa diambil melalui cek, bilyet giro, atau sejenisnya.¹⁸

Pada umumnya dalam bank pihak bank akan memberikan buku tabungan yang berisikan seluruh

¹⁷ Fahita Faradila, *penamaan nilaiOniklai islam dalam perkuliahan matematika bisnis pada prodi akutansi syariah IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung, Jurnal akutansi syariah* Vol. 3, No. 1, Juni 2022. Hal 41

¹⁸ Sri Indah Nikensari, *Perbankan Syariah, Prinsip, Sejarah dan Aplikasinya*, (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2012), h. 137

transaksi tabungan ataupun penarikan yang telah dilakukan nasabah dan juga kartu ATM lengkap dengan nomor pribadi (PIN). Seiring perkembangan zaman dan teknologi muncul lah beberapa jenis tabungan yang tidak lagi menggunakan buku tabungan melainkan menggunakan internet atau *mobile banking*. Dalam pembukaan rekening tabungan, nasabah menyetorkan uang awal yang nominal besarnya ditentukan oleh masing-masing bank.¹⁹

3. Tabungan haji

Tabungan haji merupakan suatu bentuk produk simpanan khusus untuk tabungan haji, yang bertujuan agar mempermudah masyarakat dalam merencanakan tabungan untuk berangkat haji. Sudah banyak lembaga keuangan berbasis syariah yang menyediakan produk tabungan haji, salah satunya dalam bank syariah yang memberikan beberapa bentuk pelayanan yang sesuai dalam syariah islam. Baik dari segi akad maupun dalam bentuk operasional lainnya.²⁰

¹⁹ Sri Indah Nikensari, *Perbankan Syariah, Prinsip, Sejarah dan Aplikasinya*, (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2012), h. 138

²⁰ Nuryadi Akbar, *Tinjauan terhadap strategi pemasaran pada tabungan haji dalam akad Mudharabah (Studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman, Bogor)*, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* Vol. 3 No. 1 January 2019. Hal 78

C. Akad Wadiah

1. Pengertian Akad Wadi'ah

Akad dalam kamus bahasa Indonesia adalah janji, perjanjian atau kontrak. Dan menurut peraturan Bank Indonesia Nomor 9/19/PBI/2007, pasal 3 *wadi'ah* merupakan penitipan dana atau barang dari pemiliknya kepada pihak penyimpanan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan harus mengembalikan titipan tersebut sewaktu-waktu. Jadi *wadi'ah* merupakan titipan murni yang bersifat tolong menolong antar sesama manusia antar satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan saat si penitip ingin mengambilnya.²¹

Dalam Al-Quran dijelaskan dalam surat An-Nisa ayat 58 bahwa:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا ۚ وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
سَمِيعًا ۚ بَصِيرًا

Artinya : “Sesungguhnya, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang

²¹ Lulu Rodiah dan Abd Hadi, *Implementasi akad wadiah dalam produk tabungan di bank syariah mandiri dan tinjauannya menurut hukum ekonomi syariah*, jurnal Justisia Ekonomika.vol 4 No 1 2020

*kamu berhak menerimanya, dan apabila menetapkan hukum di antara manusia sebaiknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepada Anda. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat”.*²²

Dan dari Abu Hurairah diriwayatkan bahwa Rasulullah SAW bersabda:

*“Tunaikanlah amanah (titipan kepada yang berhak menerimanya dan janganlah membalas khianat kepada orang yang mengkhianatimu. (H.R Abu Daud dan Trmidzi.)”*²³

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa sesungguhnya aalah itu memerintahkan kita untuk ,menunaikan amanat kepada pemiliknya, dan apabila kita memutuskan suatu perkara antar sesama maka kita harus putusan perkara tersebut secara adil, jangan memihak atau berlaku dzolim, sesungguhnya allah melihat segala hal yang kita lakukan.

2. Jenis-jenis wadi’ah

a. Wadiah Yad Amanah

Wadiah yad amanah adalah titipan dimana seseorang yang telah di percayamenerima titipan tersebut, tidak boleh memanfaatkan barang titipan tersebut sampai diambil kembali oleh penitip.

Ciri-Ciri akad wadiah yaitu:

²² Al-Quran Indonesia surat An-Nisa ayat 58

²³ H.R Abu Daud dan Tarmidzi

- 1) Penerima titipan atau (*costodian*) yaitu memperoleh kepercayaan.
- 2) Harta, modal atau barang yang ada dalam titipan harus dipisahkan.
- 3) Harta yang telah dititipkan tidak boleh dimanfaatkan atau digunakan.
- 4) Penerima titipan tidak diharuskan mengganti segala resiko kehilangan atau kerusakan harta yang diitipkan kecuali kerusakan atau kehilangan itu terjadi karena kelalaian penerima titipan atau bila status titipan telah berubah menjadi *Wadi'ah Yad Dhamanah*.²⁴

b. *Wadiah Yad Dhamanah*

Wadiah yad dhamanah adalah simpanan yang dijamin dimana titipan tersebut selama belum dikembalikan kepada penitip maka dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan. Apabila hasil pemanfaatan tersebut diperoleh keuntungan maka seluruhnya menjadi hak penerima titipan.

Berikut ciri-ciri *wadi'ah yad amanah*:

- 1) Penerima titipan dipercaya dan menjamin barang yang dititipkan.
- 2) Harta dalam titipan tidak harus dipisahkan.

²⁴Any widayatsari, *akad wadiah dan mudharabah dalam penghimpunan dana pihak ketiga bank syariah*, jurnal ekonomi dan hukum islam, vol. 3, No. 1 2013. Hal 6

- 3) Harta, modal atau barang yang dititipkan dapat digunakan untuk perdagangan.
- 4) Penerima titipan berhak atas pendapatan yang diperoleh dari pemanfaatan harta titipan dalam perdagangan.
- 5) Dan pemilik harta, modal atau barang dapat menarik titipannya sewaktu-waktu.²⁵

3. Rukun Wadi'ah

Menurut Hanafiah: rukun *wadi'ah* menurutnya hanya ada satu yaitu adanya pernyataan kehendak, adanya (sighat: ijab (ungkapan kehendak menitipkan barang dari pemiliknya) dan qabul (ungkapan kesediaannya menerima titipan tersebut oleh pihak yang dititipi). Namun menurut Jumhur ulama Fiqh: Rukun *wadi'ah* ada tiga yaitu:

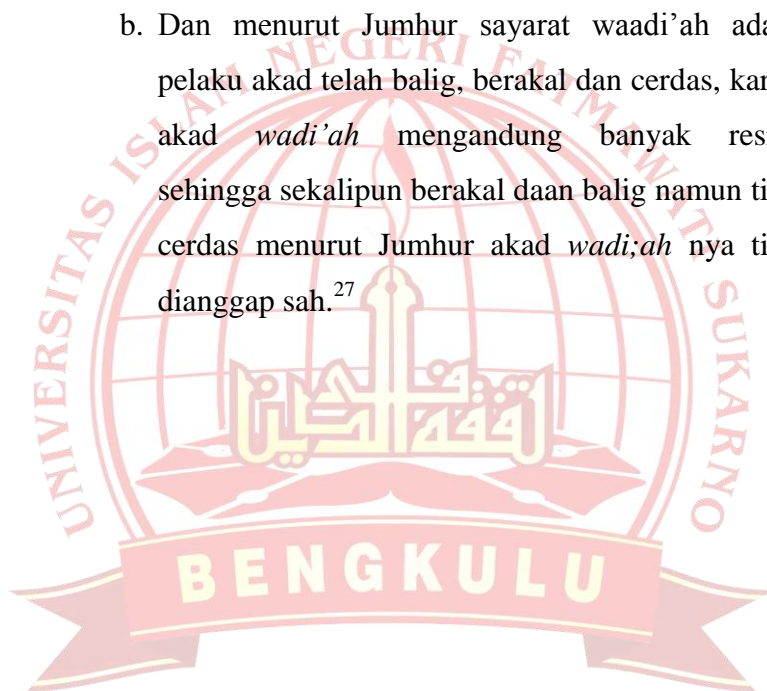
- a. Ada pelaku akad (orang yang menitipkan barang dan orang yang menerima titipan).
- b. Barang yang di titipkan.
- c. Pernyataan kehendak (sighat ijab dan qabul) baik dilakukan secara lafad atau hanya tindakan.²⁶

²⁵ Any widayatsari, *akad wadiah dan mudharabah dalam penghimpunan dana pihak ketiga bank syariah*, jurnal ekonomi dan hukum islam, vol. 3, No. 1 2013. Hal 7

²⁶ Any widayatsari, *akad wadiah dan mudharabah dalam penghimpunan dana pihak ketiga bank syariah...* h. 6

4. Syarat wadiah

- a. Menurut Hanafiah syarat *wadi'ah* adalah pihak pelaku akan di syaratkan harus orang yang berakal, walaupun anak kecil namun jika sudah dianggap telah berakal dan mendapat izin dari walinya, akad *wadi'ah* nya dianggap sah.
- b. Dan menurut Jumhur syarat waadi'ah adalah pelaku akad telah balig, berakal dan cerdas, karena akad *wadi'ah* mengandung banyak resiko, sehingga sekalipun berakal daan balig namun tidak cerdas menurut Jumhur akad *wadi;ah* nya tidak dianggap sah.²⁷



²⁷ Any widayatsari, *akad wadiah dan mudharabah dalam penghimpunan dana pihak ketiga bank syariah...* h. 6