

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah

##### 1. Pengertian Bank Syariah

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syari'ah adalah Bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank tanpa bunga, adalah lembaga perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.<sup>23</sup>

Syariah adalah hukum atau peraturan yang ditentukan oleh Allah SWT untuk hamba-Nya sebagaimana yang terkandung dalam Al-qur'an dan diterangkan oleh Rasulullah SAW dalam bentuk Sunah Rasul . Hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT dalam QS. Al-Jaatsiyah: 18 .

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ شَرِيعَةً لِّعِبَادِ الْمَنِّ تَتَّبِعَهَا فَاَمْرٌ

---

<sup>23</sup> Setia Budhi Wilardjo, "Pengertian, Peranan, Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia," *Value Added* 53, No.9(2019): Hal 2-3

تَتَّبِعَالَوْ هُوَا آءَ الَّذِيْنَ لَ يَعْلَمُوْنَ ۝ ١٨

Summa ja'alnaaka 'alaa sharii'atim minal amri fattabi'haa  
wa laa tattabi'ahwaaa'al-laziina laa ya'lamuun

Artinya: “Kemudian kami jadikan kamu berada di atas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama itu), maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui” [QS. Al-Jaatsiyah (45): 18].<sup>24</sup>

Bank berdasarkan prinsip Syariah diatur dalam UU NO. 7 tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan UU NO. 10 tahun 1998, dengan latar belakang adanya suatu keyakinan dalam agama Islam yang merupakan suatu alternatif atas perbankan dengan kekhususannya pada prinsip syariah. Prinsip Syariah dalam kegiatan usaha Bank Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah .

QS. Al-Baqarah:278

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ أَوْ ذَرُّوا مَا بَقِيَ مِنَ  
الرِّبَا إِن كُنْتُمْ يٰنَ مُؤْمِنِينَ ۝ ٢٧٨

<sup>24</sup> Kemenag, Al-Quran, Al-Jatsiyah:18, Terjemahan, Agama RI (DKI Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Indonesia, 2019)

yâ ayyuhalladzîna âmanuttaqullâha wa dzarû mâ baqiya minar-ribâ ing kuntum mu'minîn.

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang mukmin.*<sup>25</sup>

Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dengan menghindari jatuhnya siksa dari Allah antara lain akibat praktik riba, dan tinggalkan sisa riba yang belum dipungut sampai datangnya larangan riba jika kamu benar-benar orang beriman yang konsisten dalam perkataan dan perbuatan.

## **2. Pengertian Pemasaran Bank Syariah**

Dalam kehidupan sehari-hari, tentunya kita telah mengenal istilah pemasaran dan penjualan dalam suatu kegiatan organisasi perusahaan. Padahal dari kedua istilah tersebut, memiliki pemahaman yang berbeda baik dari sisi orientasi dan konsep yang digunakan. Penjualan berorientasi pada produk yang telah ada dan berusaha agar barang tersebut dapat terjual sebanyak mungkin. Terkadang untuk melakukan ini, seorang penjual memanfaatkan ketidak tahuan dari pembeli terhadap produk yang dijual oleh penjual. Penjual selalu menggunakan bujuk rayu, manipulasi kualitas, bersumpah palsu untuk membujuk dan meyakinkan pembeli. Semuanya ini dilakukan untuk memperoleh keuntungan

---

<sup>25</sup> Al-Quran, Al-Baqarah:278, Kemenag RI (DKI Jakarta Selatan :Rumah Fiqih Indonesia , 2019)

yang setinggi tingginya. Dari hal tersebut, maka penjual akan merasa terpuaskan akan tetapi seketika mengetahui bahwa kualitas barang tidak seperti yang disampaikan penjual, maka akan dapat dipastikan si pembeli tidak akan membeli kembali dan memberitahu pihak lain. Sedangkan berbicara pemasaran berpangkal pada kebutuhan dan keinginan pembeli yang belum terpenuhi dalam hal produk, kualitas, harga, kemudahan mendapat apa yang diinginkan dan sebagainya.

Namun secara spesifik berbicara tentang manajemen pemasaran bank syariah, menurut penulis belum ditemukan dalam beberapa literatur, oleh sebab itu penulis akan menguraikan dalam beberapa definisi-definisi. Salah satu definisi manajemen secara singkat adalah penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran. Sedangkan definisi pemasaran adalah proses, cara, perbuatan memasarkan sesuatu barang dagangan, dan perihal menyebarluaskan ke tengah-tengah masyarakat.<sup>26</sup>

Dari penjelasan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa definisi pemasaran pada dasarnya merupakan proses, cara, perbuatan memasarkan sesuatu barang dagangan, dan perihal menyebarluaskan ke tengah-tengah

---

<sup>26</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktik (Surabaya: cv Penerbit Qiara Media, 2019) h. 119-120

masyarakat. Dari hal ini, dapat dijabarkan bahwa kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang tidak hanya memasarkan akan suatu barang dagangan saja, namun juga kegiatan tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat.

### **3. Peranan Bank Syari'ah**

System lembaga keuangan, atau yang lebih khusus lagi disebut sebagai aturan yang menyangkut aspek keuangan dalam sistem mekanisme keuangan suatu negara telah menjadi instrument penting dalam mempelancar jalan pembangunan suatu bangsa. Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam tentu saja menuntut adanya sistem baku yang mengatur dalam kegiatan kehidupannya. Termasuk diantaranya kegiatan keuangan yang dijalankan oleh setiap umat. Hal ini berarti bahwa system baku termasuk dalam bidang ekonomi. Namun, di dalam perjalanan hidup umat manusia kini telah terbelenggu dalam system perekonomian yang besipat sekuler.

Keberadaan perbankan Islam di tanah air telah mendapatkan pijakan kokoh setelah lahirnya undang-undang perbankan nomor 7 tahun 1992 yang direvisi melalui undang-undang nomor 10 tahun 1998, yang dengan tegas mengakui keberadaan dan berfungsinya bank bagi hasil atau Bank Islam. Diantara peranan bank Islam adalah :

- a. Memurnikan operasinal perbankan syariah sehingga dapat meningkat ke percayaan masyarakat.
- b. Meningkatkan kesadaran syariah umat Islam sehingga dapat memperluas segmen dan bangsa perbankan syariah.
- c. Menjalin kerja sama dengan para ulama karena bagaimana pun peranan para ulama, khususnya di Indonesia, sangat dominan bagi kehidupan umat Islam.

Berapa hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga keuangan bank maupun non bank yang bersipat formal dan beroperasi di pedesaan. Umumnya tidak dapat menjangkau lapisan masyarakat dari golongan ekonomi menengah kebawah. Ketidakmampuan tersebut terutama dalam sisi penanggungan risiko dan biaya operasi, juga dalam indentifikasi usaha dan pemantauan penggunaan kredit yang layak usaha. Ketidakmampuan lembaga keuangan ini menjadi penyebab terjadinya kekosongan pada segmen pasar keuangan diwilayah pedesaan.<sup>27</sup>

Secara khusus peranan bank syariah secara nyata dapat terwujud dalam aspek berikut:

- a. Menjadi sepakat nasionalisme baru, artinya bank syariah dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan.

---

<sup>27</sup> Zulkifli rusby”Manajemen Perbankan Syariah”(Pekanbaru,Riau :Pustaka Kajian Pendidikan Islam ULRI,2017)h 2



Disamping itu bank syariah perlu mencontoh keberhasilan sarekat dagang islam, kemudian ditarik kehasilannya untuk masa kini.

- b. Memberdayakan ekonomi umat dan beroperasi secara transparan. Artinya pengelolaan bank syariah harus didasarkan pada visi ekonomi kerakyatan, dan upaya ini terwujud jika ada mekanisme operasi yang Transparan.
- c. Memberikan return yang lebih baik. Artinya investasi di bank syariah tidak memberikan janji yang pasti mengenai return (keuntungan) yang diberikan kepada investor. Oleh karena itu, bank syariah harus mampu memberikan return yang lebih baik dibandingkan dengan konvensional. Disamping itu nasabah pembiayaan akan memberiakan bagi hasil sesuai dengan keuntungan yang diperolehnya.
- d. Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan. Artinya bank syariah mendorong terjadinya transaksi produktif dari dana masyarakat. Dengan demikian, spekulasi dapat ditekan.
- e. Mendorong pemerataan pendapatan. Artinya bank syariah bukan hanya mengumpulkan dana pihak ketiga, namun dapat mengumpulkan zakat, infaq dan shadaqah (ZIS). Dana ZIS dapat disalurkan melalui pembiayaan Qardul Hasan, sehingga dapat mendorong

pertumbuhan ekonomi pada akhir terjadinya pemerataan ekonomi.

f. Peningkatan efisiensi mobilisasi dana. Artinya adanya produk al- mudharabah dan al- muqayyadah, berarti terjadi kebebasan bank untuk melakukan investasi atas dana yang diserahkan oleh investor, maka bank syariah sebagai financial arranger, bank memperoleh komisi dan bagi hasil, bukan karena spread bunga.

g. Uswah hasanah implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank.

h. Salah satu sebab terjadinya krisis adalah adanya korupsi, solusi dan nepotisme (KKN).<sup>28</sup>

#### **4. Ciri-Ciri Bank Syariah**

Bank syariah atau bank Islam sebagai bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah menurut ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadits, mempunyai beberapa ciri yang berbeda dengan bank konvensional. Ciri-ciri ini bersifat universal dan kumulatif, artinya semua bank syariah yang beroperasi di mana saja harus memenuhi seluruh ciri tersebut karena apabila tidak maka hilanglah identitas sebagai bank syariah atau bank Islam.<sup>29</sup> ciri-ciri itu adalah:

---

<sup>28</sup> Zulkifli Rusby "Manajemen Perbankan Syariah" (Pekanbaru, Riau :Pustaka Kajian Pendidikan Islam ULRI, 2017) h 3-4

<sup>29</sup> Dewi Maharaniand Taufiq Hidayat, "Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Perspektif Al-Quran ." *MALIA :Journal Of Lembaga Banking And Finence* 4, No.1 (2020): Hal 50



- a. Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besarnya tidak kaku dan dapat dilakukan dengan kebebasan untuk tawar menawar dalam batas wajar. Beban biaya tersebut hanya dikenakan sampai batas waktu sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak.
- b. Penggunaan persentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindari, karena persentase bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir.
- c. Di dalam kontrak-kontrak pembiayaan proyek, bank syariah tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang pasti yang ditetapkan di muka, karena pada hakikatnya yang mengetahui tentang ruginya suatu proyek yang dibiayai bank hanyalah Allah semata.
- d. Pengerahan dana masyarakat dalam bentuk deposito tabungan oleh penyimpan dianggap sebagai titipan (*al wadiah*) sedangkan bagi bank dianggap sebagai titipan yang diamanatkan sebagai penyertaan dana pada proyekproyek yang dibiayai bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah sehingga penyimpan tidak dijanjikan imbalan yang pasti.
- e. Dewan Pengawas Syariah (DPS) bertugas untuk mengawasi operasionalisasi bank dari sudut

syariahnya. Selain itu manajer dan pimpinan bank Islam harus menguasai dasar-dasar muamalah Islam.

- f. Fungsi kelembagaan bank syariah selain menjembatani antara pihak pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana, juga mempunyai fungsi khusus yaitu fungsi amanah, artinya berkewajiban menjaga dan bertanggung jawab atas keamanan dana yang disimpan dan siap sewaktu-waktu apabila dana diambil pemiliknya.<sup>30</sup>

## **5. Akad Bank Syariah**

### **1. Pengertian Akad**

Istilah perikatan yang digunakan dalam KUH Perdata, dalam Islam dikenal dengan aqad. Jumhur Ulama mendefinikan akad adalah “pertalian antara ijab dan kabul yang dibenarkan oleh syara’ yang menimbulkan akibat hukum terhadap objeknya.

Dalam istilah fiqh, secara umum akad berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik yang muncul dari satu pihak seperti wakaf, talak, dan sumpah, maupun yang muncul dari dua pihak seperti jual beli, sewa,

---

<sup>30</sup> Ahmad Suparyadi, “Bank Syariah Dalam Perspektif Filosofis, Yuridis Dan Sosiologis Bangsa Indonesia ,” *MALIA: Journal Of Islamic Banking And Finance* 1, No.1(2018):1-14

wakalah, dan gadai.<sup>31</sup>

Secara khusus akad berarti keterangan antara ijab (pertanyaan penawaran/pemindahan kepemilikan) dan qabul (pertanyaan penerimaan kepemilikan) dalam lingkup yang disyariatkan dan berpengaruh [ada sesuatu.

## 2. Rukun dan Syarat Akad

Dalam melaksanakan suatu perikatan Islam harus memenuhi rukun dan syarat yang sesuai dengan hukum Islam. Rukun adalah “suatu unsur yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari suatu perbuatan atau lembaga yang menentukan sah atau tidaknya perbuatan tersebut dan ada atau tidak adanya sesuatu itu.” Sedangkan syarat adalah sesuatu yang tergantung padanya keberadaan hukum syar’i dan ia berada di luar hukum itu sendiri, yang ketiadaannya menyebabkan hukum pun tidak ada.

Adapun rukun dalam akad yang lain itu ada tiga yaitu:

- a. Pelaku akad
- b. Objek akad
- c. Shighat atau pernyataan pelaku akad, yaitu ijab dan qabul.

---

<sup>31</sup> Riyan Pradesyah, ‘Analisis Perkembangan Akad-Akad Di Bank Syariah’, *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 1.1 (2019) <<https://doi.org/10.30596/aghniya.v1i1.2561>>.

Pelaku akad haruslah orang yang mampu melakukan akad untuk dirinya (ahliyah) dan mempunyai otoritas syariah yang diberikan pada seseorang untuk merealisasikan akad sebagai perwakilan dari (wilayah). Objek akad harus ada ketika terjadi akad, harus sesuatu yang disyariatkan, harus bisa diserahkan ketika terjadi akad, dan harus sesuatu yang jelas antara dua pelaku akad.<sup>32</sup>

Beberapa unsur dalam akad yang kemudian dikenal sebagai rukun tersebut masing-masing membutuhkan syarat agar akad dapat terbentuk dan mengikat antara pihak. Beberapa syarat tersebut meliputi:

- a. Syarat terbentuknya akad, dalam Hukum Islam syarat ini dikenal dengan nama *al-syuruth al-in'iqad*. Syarat *in'iqad* ada yang umum dan khusus. Syarat umum harus selalu ada pada setiap akad, seperti syarat yang harus ada pada pelaku akad, objek akad dan shighah akad, akad bukan pada sesuatu yang diharamkan, dan akad pada sesuatu yang bermanfaat.
- b. Syarat keabsahan akad adalah syarat tambahan yang dapat mengabsahkan akad setelah *in'iqad*

---

<sup>32</sup> Abdur Rauf, 'Penerapan Teori Akad Pada Perbankan Syariah', *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 4.1 (2015) <<https://doi.org/10.15408/aiq.v4i1.2081>>.

tersebut dipenuhi Adapun pengertian lain yaitu syarat yang diperlukan secara syariah agar akad berpengaruh, seperti dalam akad perdagangan harus bersih dari cacat. Apabila sebuah akad tidak memenuhi empat syarat tersebut, meskipun rukun dan syarat in'iqad sudah terpenuhi, akad tidak syah dan disebut sebagai akad *fâsid*. Menurut ahli hukum Hanafi, akad fasid adalah akad yang menurut syara' syah pokoknya, tetapi tidak syah sifatnya.

- c. Syarat nafadz ada dua yaitu kepemilikan (barang dimiliki oleh pelaku dan berhak menggunakannya) dan wilayahnya.
- d. Syarat lazim yaitu bahwa akad harus dilaksanakan apabila tidak ada cacat.<sup>33</sup>

### 3. Akad Yang digunakan Bank Syariah

Akad atau transaksi yang digunakan bank syariah dalam operasinya terutama diturunkan dari kegiatan mencari keuntungan (*tijârah*) dan sebagian dari kegiatan tolong-menolong (*tabarru'*). Turunan dari *tijârah* kontrak bagi hasil dengan segala variasinya.

### 4. Batalnya Akad

Pembatalan akad dapat dilakukan apabila :

---

<sup>33</sup> Riyan Pradesyah, "Analisis Perkembangan Akad-Akad Di Bank Syariah," *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2019), <https://doi.org/10.30596/aghniya.v1i1.2561>."



- a. Jangka waktu akad telah berakhir
- b. Salah satu pihak menyimpang dari apa yang diperjanjikan, dan
- c. Jika ada bukti kelancangan dan bukti penghianatan (penipuan).

## **B. Promosi**

### **1. Pengertian promosi**

Pengertian Promosi, pemasaran (promosi) adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan penawaran dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai (product value) dengan orang atau kelompok lain. Pemasaran promosi adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Pemasaran dan penjualan memiliki definisi yang berbeda karena penjualan merupakan salah satu dari beberapa fungsi pemasaran dan sering kali bukan merupakan fungsi terpenting.<sup>34</sup>

Promosi adalah suatu proses untuk menyampaikan informasi yang bernilai mengenai perusahaan atau produk tertentu dengan tujuan mempengaruhi pembeli. salah satu strategi pemasran yang digunakan untuk

---

<sup>34</sup> Philip Kotler, Marketing, (Yogyakarta : Liberty),2016. hlm. 7

memperkenalkan, memberikan informasi, serta menawarkan produk, merek, atau nama perusahaan kepada khalayak umum. Iklan adalah merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan. Promosi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan dimana seseorang dapat memperkenalkan, menginformasikan, dan menawarkan produknya melalui media apapun yang dapat dijangkau oleh sasaran. Adapun indikator dari variabel promosi antara lain :<sup>35</sup>

- a. Frekuensi promosi, yaitu jumlah promosi yang dilakukan dalam periode tertentu melalui berbagai media promosi penjualan.
- b. Kualitas promosi merujuk pada ukuran sejauh mana promosi dilakukan dengan baik dan efektif.
- c. Kuantitas promosi adalah jumlah atau nilai promosi yang diterima oleh konsumen.
- d. Waktu promosi merupakan rentang waktu dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan, ataupun waktu tertentu dimana perusahaan akan melakukan promosi.
- e. Ketetapan atau kesesuaian sasaran promosi.

---

<sup>35</sup> Kotler, Kotler, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm 174

## 2. Ekonomi islam tentang promosi

Ekonomi Islam juga menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa di pasar. Karena dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa Prinsip yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW, adalah personal selling, iklan, promosi penjualan dan humas. Namun cara-cara yang ditetapkan oleh Nabi Muhammad SAW berbeda dengan promosi yang dilakukan pada saat ini. Cara yang dilakukan Nabi Muhammad SAW tidak lepas dari nilai-nilai moralitas. Promosi pada era nabi belum berkembang seperti sekarang ini, dimana seluruh produsen telah menggunakan alat yang serba modern, media internet, televisi, radio dan lain-lain. Dalam istilah manajemen sifat dari nabi dapat diterjemahkan sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, kordinasi, kendali dan supervise.<sup>36</sup> Bauran promosi merupakan kombinasi dari alat-alat promosi, yaitu periklanan, penjualan tatap muka (personal selling), promosi penjualan dan publisitas yang dirancang untuk menjual barang dan jasa.

---

<sup>36</sup> Ahmad Mustag, *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*, Asy Syaamil Press & Grafika, jakarta, 2001, Hlm. 35

Dalam konsep Al-Qur'an tentang bisnis juga sangat komprehensif, parameter yang dipakai tidak menyangkut dunia saja, namun juga menyangkut urusan akhirat. Al-Qur'an memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia namun juga kesuksesan di akhirat. Demikian pula nilai kebenaran harus dijunjung tinggi untuk mempertahankan suatu tujuan luhur dari bisnis,<sup>37</sup> Hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT dalam QS. Al- Muddatstsir.<sup>38</sup>

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ۗ

kullu nafsīm bimâ kasabat rahînah.

*Artinya: "Tiap-tiap diri bertanggungjawab atas apa yang telah diperbuatnya".*

Jadi iklan atau promosi Islami adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi mengenai suatu produk yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dan dalam penyajiannya berlandaskan pada etika periklanan Islami.

---

<sup>37</sup> Oci Yonita Marhari, Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad, Al-Maghfiroh, Bandung, 2012, hlm. 34

<sup>38</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya Surat An-Muddatstsir, CV. Diponegoro, Bandung, 2000, hlm. 576

### 3. Bentuk-Bentuk promosi

Adapun bentuk promosi dapat berupa sebagai berikut:

- a. Iklan merupakan suatu bentuk informasi produk maupun jasa dari produsen kepada konsumen maupun penyampaian pesan dari sponsor melalui suatu media, penggunaan promosi dengan periklanan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti pencetakan brosur, pemasangan melalui koran, pemasangan melalui majalah, televisi, radio dan sebagainya.<sup>39</sup> Dengan iklan, khalayak diharapkan dapat memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dari suatu produk maupun jasa yang diiklankan tersebut.
- b. Pemasaran Langsung adalah suatu unsur yang paling efektif di dalam melakukan suatu bauran promosi. Pemasaran langsung merupakan bentuk tahapan proses implementasi pemasaran yang dimulai dari penyediaan produk berupa barang atau jasa, kemudian dilanjutkan dengan implementasi transaksi antara penjual dan pembeli, yang membentuk adanya perilaku berupa sikap dan tanggapan terhadap pemasaran yang diberikan

---

<sup>39</sup> Lukitaningsih Ambar, 'IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta', *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13.2 (2013), 116–29



berdasarkan tingkat preferensi, keyakinan dan tindakan pembelian.<sup>40</sup>

- c. News (pemberitaan), warganet menggunakan media online sebagai hiburan atau digunakan untuk berbagi konten pribadi. Sedangkan Para jurnalis menggunakan media online sebagai sumber informasi dalam pencarian dan produksi berita, industri atau perusahaan yang menggunakan media online untuk mempublikasikan produk konten beritanya keputusan beberapa perusahaan dalam mempromosikan produknya menggunakan media online merupakan langkah tepat supaya aktivitas tertentu dari perusahaan menjadi bahan berita di media massa.<sup>41</sup>
- d. Penjualan personal /Personal selling adalah interaksi tatap muka yang dilakukan dengan salah satu pembeli atau lebih untuk melakukan presentase menjawab pertanyaan dan mengadakan pesanan. Bentuk penjualan personal adalah

---

<sup>40</sup> Heri Setiawan and Jusmawi Bustan, 'Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan', *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3.1 (2017), 1

<sup>41</sup> Rizky Mardhiyanto and Muhammad Muttaqien, 'Strategi Promosi Portal Berita Serayunews Dalam Membangun Brand Awareness', *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 15.1 (2023), 1–26

presentase penjualan, rapat penjualan, program insentif sampel, bazar dan pameran.<sup>42</sup>

#### **4. Fungsi Promosi**

Tiga fungsi dari promosi Menurut Nurul Huda:

- a. Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pelanggan/pembeli. Perhatian calon pelanggan harus diperoleh karena akan menjadi titik awal proses pengambilan keputusan di dalam membeli suatu barang dan jasa.
- b. Menciptakan dan membutuhkan karakteristik pada diri calon pembeli. Perhatian yang sudah diberikan oleh seseorang mungkin akan dilanjutkan pada tahap berikutnya atau mungkin berhenti. dari itu dapat diartikan timbulnya rasa tertarik dan rasa tertarik ini yang akan menjadi fungsi utama promosi.
- c. Pengembangan rasa ingin tahu (desire) calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan<sup>43</sup>

#### **5. Tujuan Promosi**

- a. Menginformasikan barang dan jasa Promosi yang baik berisi mengenai informasi barang atau jasa yang dijual secara padat namun detail dan jelas.

---

<sup>42</sup> Wily Julitawaty and others, 'Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri', *Bisnis Kolega*, 6.1 (2020), 43–56.

<sup>43</sup> Huda, Nurul. 2017. *Pemasaran Syariah*. PT Kharisma Putra Utama. Jakarta, h 23

- b. Menarik konsumen untuk melakukan pembelian.
- c. Promosi harus dibuat menarik dan unik agar bisa merangsang rasa penasaran konsumen sehingga tertarik untuk melakukan pembelian.
- d. Mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Supaya konsumen menjadi loyal dan tertarik untuk melakukan pembelian ulang maka harus dilakukan promosi berkesinambungan misalnya dengan cara pemberian kupon berhadiah.<sup>44</sup>

## **C. Minat**

### **1. Pengertian Minat**

Minat merupakan suatu bentuk dari perhatian, kesukaan, kesenangan maupun ketertarikan (kecocokan hati) kepada sesuatu ataupun keinginan terhadap sesuatu (KBBI). Minat dapat direalisasikan dengan cara mengarahkan potensi yang ada menuju tanggapan seseorang terhadap bidang tertentu. Tanggapan tersebut dapat berupa reaksi internal maupun eksternal. Minat akan muncul jika kita memiliki bentuk pilihan atau pandangan terhadap suatu hal atau obyek yang dapat

---

<sup>44</sup> Huda, Nurul. 2017. *Pemasaran Syariah*. PT Kharisma Putra Utama. Jakarta, h 24

dijangkau indera maupun yang terlahir dari pikiran-pikiran individual.<sup>45</sup>

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan suatu kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan lain yang berbeda,Minat merupakan kecenderungan afektif seseorang untuk membuat pilihan aktivitas, kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang, Sehingga dapat dikatakan minat itu tidak stabil sifat kecenderungan seseorang untuk memilih dan melakukan suatu kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan lain yang tersedia dan diukur dengan faktor yang menentukan minat individu. Untuk melihat indikator dari seseorang berminat atau tidak maka dibutuhkan deskripsi yang jelas mengenai keberminatan seseorang, hal ini biasa kita lihat dari keaktifan seseorang dalam mencari informasi, mengidentifikasi semua persoalan yang di minati, menganalisis, dan membuat daftar table tentang sesuatu yang di minati hingga penetapan bidang yang diminati.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Eni Hartatai.2022.pengaruh promosi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah dikecamatan bukit tinggi raya kota pekan baru. lembaga pendidikan riau.(pekan baru)h.15

<sup>46</sup> Rezha Aprulli, 'Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciledug Kota Tangerang Skripsi', 2018.

Minat dalam perspektif Islam adalah Al-Qur'an dalam bagian utama dari Surah Al-Alaq yang berarti "Bacalah" yang mengajarkan kita untuk membaca, pentingnya membaca tidak hanya membaca sebuah buku atau dari perspektif berbasis teks, namun di samping itu. semua sudut pandang apakah itu meneliti cakrawala jasad yang merupakan indikasi kekuasaannya kita bisa memahami apa yang benar-benar menarik minat kita dalam hidup ini Sesuatu hal yang naif jika seseorang tertarik pada sesuatu tetapi tidak menanggapinya dengan aktivitas yang sebenarnya. Karena pada dasarnya mengasumsikan bahwa kita tertarik pada sesuatu, itu berarti kita menyambut lingkungan atau objek dan memiliki sikap positif terhadapnya.<sup>47</sup> Firman Allah SWT tentang minat dalam Al-Qur'an Surah Al- Isra' ayat 84 yang berbunyi:

قُلْ كُلُّ يَعْمَلُ شَاغِلًا فَرَأَيْتُمْ أَفْعَالَهُمْ

عَلْمٌ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى سَبِيلًا ۝٨٤

Qul kulluy ya'malu 'alâ syâkilatih, fa rabbukum a'lamu biman huwa ahdâ sabîlâ.

---

<sup>47</sup> Carlos Kambuaya, "Pengaruh Motivasi, Minat, Kedisiplinan Dan Adaptasi Diri Terhadap Prestasi Belajar Siswa Peserta Program Afirmasi Pendidikan Menengah Asal Papua Dan Papua Barat Di Kota Bandung," Social Work Jurnal 5, no. 2 (2014): 157-66



*Artinya: Katakanlah (Nabi Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka, Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.*<sup>48</sup>

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu proses kejiwaan yang bersifat abstrak yang dinyatakan oleh seluruh keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap bernilai sehingga diketahui dan diinginkan. Keinginan disebabkan adanya rasa dorongan untuk meraihnya. Sesuatu itu bisa berupa benda, kegiatan, dan sebagainya baik itu yang membahagiakan ataupun menakutkan atau merupakan kecenderungan seseorang yang berasal dari luar maupun dalam sanubari yang mendorongnya untuk merasa tertarik terhadap suatu hal sehingga mengarahkan perbuatannya kepada suatu hal tersebut dan menimbulkan perasaan senang.

Minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan cara mengungkapkannya) yaitu sebagai berikut:

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primiti dan minat kultural. Minat primit adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan

---

<sup>48</sup> Al-Quran, Al-Isra:84, Terjemahan, Departemen Agama RI, Cv, Dipogoro, Bandung 2020

minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar.

- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu:
  1. Expressed interest; minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.
  2. Manifest interest; minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung.
  3. Tested interest; minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif, dan
  4. Inventoried interest; minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup>Shaleh dan wahab,2004,Psikologi Dalam Suatu Pengantar ,Dalam Persepektif Islam (Jakarta:Kencana),h,263

## 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat tidak terbentuk begitu saja dalam diri seseorang, pada hakekatnya merupakan sebab akibat dari pengalaman, yang diawali dari perhatian seseorang terhadap suatu objek. Minat merupakan suatu hal yang sangat menentukan dalam setiap usaha, maka minat perlu ditumbuhkan pada setiap individu. Factor -faktor yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut:<sup>50</sup>

### a. Faktor pengetahuan

Pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal, termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya. Definisi pengetahuan sendiri yaitu hasil penginderaan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Semakin banyak pengalaman yang diperoleh dari diri sendiri maupun orang lain, maka semakin bertambah juga pengetahuan yang kita dapatkan.

---

<sup>50</sup> Jurnal Ekonomi Islam, ‘Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)’, *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1.2 (2020), 113–22 <<https://doi.org/10.56114/al-sharf.v1i2.65>>.

## b. Faktor promosi

Secara definisi promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.<sup>51</sup>

## c. Literasi keuangan

Literasi keuangan yaitu untuk mengetahui secara transparan produk dan jasa keuangan syariah, serta dapat membedakan antara bank konvensional atau bank syariah. Agar dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam mengambil keputusan adapun Indikator yang terdapat pada literasi keuangan yaitu:

### 1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah perbedaan bentuk, sifat dan fungsi biologi antara pria dan wanita yang menentukan perbedaan peran dalam menyelenggarakan upaya meneruskan garis keturunan.

---

<sup>51</sup> Dewi Ratna Sari S.ND, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Sayur Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Pasar Atas Curup)', *הארץ*, 8.5.2017, 2022, 2003–5.

## 2. Pekerjaan

Pekerjaan adalah segala aktivitas yang dapat menghasilkan uang bagi seseorang.

## 3. Pendapatan

Pendapatan adalah uang yang diterima perorangan sebagai gaji, upah, sewa, dan lainnya.

## 4. Tingkat Pendidikan

tentang pendidikan nasional yang dimaksud dengan pendidikan adalah usaha sadar dan rencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

## 5. Usia

Usia adalah perhitungan lama waktu sejak dilahirkannya diri.

## d. Tingkat Religiusitas

Religiusitas adalah perilaku yang mengandung nilai – nilai agama dalam diri seseorang. Perilaku yang dimaksud di sini berkaitan dengan ajaran –

ajaran agama baik hati maupun ucapan. Prilaku ini kemudian dilaksanakan bersama dengan perbuatan dan tingkah laku sehari-hari. Indikator dalam religiusitas yaitu :

1. Agama

Agama adalah kepercayaan seseorang atas Tuhan Yang Maha Esa dan melibatkan kedalam kehidupannya sehari-hari.

2. Keyakinan

Keyakinan adalah suatu sikap seseorang ketika sudah merasa cukup tahu bahwa dirinya benar.<sup>52</sup>

**3. Indikator Minat**

Terdapat indikator minat yang dapat dijadikan acuan terbentuknya suatu minat:

- a. Kognisi (menenal), yaitu suatu minat didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang akan dituju oleh minat tersebut.
- b. Emosi (perasaan), yaitu adanya unsur emosi disebabkan karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang).

---

<sup>52</sup> Dinda Atika, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Pusat Pasar Kota Medan Menggunakan Produk Bank Syariah



- c. Konasi (kehendak), konasi atau kehendak merupakan unsur lanjutan dari kedua unsur sebelumnya, yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.<sup>53</sup>

Indikator yang digunakan untuk mengukur minat seseorang dalam menggunakan produk atau jasa bank syariah ada tiga yang pertama ada kognisi melalui indikator kognisi minat seseorang diukur melalui tingkat pengetahuan yang ia peroleh terkait produk atau jasa. Kemudian melalui indikator emosi minat seseorang terhadap produk atau jasa dilihat melalui rasa yang muncul pada dirinya, rasa yang muncul bisa berupa rasa suka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan bisa juga muncul rasa tidak tertarik terhadap produk atau jasa tersebut. Setelah kedua indikator tersebut ada indikator konasi dimana indikator ini mengukur minat seseorang melalui responnya atau tindakannya, indikator ini sudah mengarah pada perilaku nasabah untuk memutuskan akan menggunakan produk yang ditawarkan atau tidak.

---

<sup>53</sup> Soulthan Saladin Batubara, Delyana Rahmawany pulungan, Musfa Yenti, "Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* Vol. 20 No. 1 (2020): 28

#### 4. Macam-macam minat

Menurut Dewa Ketut Sukandi yang mengutip pendapat Carrl Safan, bahwa ada tiga cara yang dapat digunakan untuk menentukan minat yaitu:

- a. Minat yang diekspresikan /expressed interest  
Seseorang dapat mengungkapkan minat atau pilihannya dengan kata-kata tertentu, misalnya: seseorang mungkin mengatakan bahwa dirinya tertarik dalam mengumpulkan mata uang logam, perunggu dll.
- b. Minat yang diinvestasikan/investoral interest  
Seseorang menilai minatnya dapat diukur dengan menjawab terhadap sejumlah pertanyaan tertentu atau urutan pilihannya untuk kelompok aktivitas tertentu,
- c. Minat yang diwujudkan /manifest interest  
Seseorang dapat mengungkapkan minatnya bukan melalui kata-kata melainkan dengan tindakan atau perbuatan, yaitu ikut serta dan berperan aktif dalam suatu kegiatan.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup>Dewa ketut Sukandi, Bimbingan Dan Konseling, (Jakarta:Bina Akasara, 2008)h,56

## **D. Produk Perbankan Syariah**

### **1. Pengertian Produk**

Produk didefinisikan sebagai pandangan atau penilaian yang dibentuk oleh konsumen berdasarkan hasil produksi yang dihasilkan oleh produsen. produk yaitu barang yang dihasilkan dan dijual oleh perusahaan kepada konsumennya. Sedangkan Produk merujuk pada segala hal yang dapat diberikan kepada pelanggan, baik dalam bentuk materiil maupun immateriil, dengan tujuan memenuhi kepuasan konsumen.

Maka produk dapat didefinisikan sebagai Suatu produk yang diciptakan oleh perusahaan, baik berwujud maupun tidak berwujud, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan nasabah dan memuaskan mereka.ada lima indikator dari variabel produk, yaitu :

#### **a. Kualitas produk**

Kualitas produk adalah gambaran tentang bentuk, karakteristik, dan atribut dari suatu produk yang memenuhi kebutuhan konsumen, seperti kemudahan dalam prosedur pembukaan tabungan, kecepatan, dan akurasi dalam proses transaksi.

b. Fitur produk

Perusahaan memiliki kemampuan untuk mengembangkan produk dengan berbagai fitur, model dasar, dan atribut fungsional yang berbeda. Sebagai contoh, hal ini dapat dilihat pada tingkat setoran awal yang terjangkau di bank dan saldo minimum yang diperlukan dalam rekening tabungan.

c. Desain produk

Desain produk merupakan upaya pengembangan yang dilakukan oleh institusi atau perusahaan guna meningkatkan nilai pelanggan melalui gaya dan desain yang unik dari produk, seperti tampilan kartu tabungan, bentuk buku tabungan, dan elemen lainnya.

d. Merek produk

Merek merupakan nama, simbol, atau tanda yang menjadikan identitas dan yang dapat membedakannya dengan produk lain. Contohnya tingkat pengenalan merek pada tabungan Bank Syariah Indonesia.

e. Harga produk

Harga adalah nilai yang diberikan oleh nasabah sebagai imbalan atas manfaat yang diperoleh dari penggunaan layanan, seperti tingkat keterjangkauan

biaya administrasi dan biaya penggunaan ATM dalam rekening tabungan.<sup>55</sup>

## 2. Produk Bank Syariah

### a. Produk Penghimpunan Dana

Dalam penghimpunan dana bank syariah memiliki produk berupa giro, tabungan dan deposito berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah tidak menggunakan konsep bunga karena mengandung riba Karim.<sup>56</sup> Jenis produk penghimpunan dana pada bank syariah sebagai berikut:

1. Giro *Wadiah* adalah simpanan masyarakat yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro atau pemindah bukuan lainnya.
2. Deposito berjangka adalah jenis simpanan pada bank bagi perorangan atau badan hukum yang penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu (1,3,6 atau 12 bulan) dengan imbalan bagi hasil.
3. Tabungan *Mudharabah* adalah jenis simpanan pada bank bagi perorangan yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu.

---

<sup>55</sup> Burhanudin.hal 11-12

<sup>56</sup> Adiwarman karim,Bank islam, Analisis Fiqih dan keuangan, (Jakarta:PT Raja Granfindo Persada,2008),h,107-112

4. Tabungan *Wadiah* adalah titipan pihak ketiga pada bank syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati dengan kuitansi, kartu ATM atau kartu debit, atau sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan.<sup>57</sup>

#### **b. Produk Penyaluran Dana**

Penyaluran dana atau pembiayaan merupakan kegiatan utama dari bank syariah untuk mendapatkan keuntungan dengan tetap berpedoman pada prinsip syariah. Sebagai lembaga intermediasi, aktifitas pembiayaan ini pula yang terkait langsung dengan peran lembaga keuangan syariah terhadap kinerja perekonomian.

Dalam menyalurkan dananya kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

1. Pembiayaan dengan prinsip jual-beli.
2. Pembiayaan dengan prinsip sewa.
3. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil.
4. Pembiayaan dengan akad pelengkap.

---

<sup>57</sup>Mariyantulqibtiyah, produk penghimpunan dana bank syariah, <https://www.kompas.com/mariyantulqibtiyah/produk-penghimpunan-dana-bank-syariah> (14 september 2018)



Pembiayaan dengan prinsip jual-beli ditujukan untuk memiliki barang, sedangkan yang menggunakan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa, prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha kerja sama yang ditujukan guna mendapatkan barang dan jasa sekaligus.<sup>58</sup>

### c. Produk Jasa Perbankan

Produk-produk jasa perbankan dengan pola lainnya pada umumnya menggunakan akad-akad *ijarah* yang dimaksudkan mencari keuntungan. Oleh karena itu bank sebagai penyedia jasa hanya membebani biaya administrasi. Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung) antar pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*) dengan pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*), bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain:

1. *Sharf* (Jual Beli Valuta Asing). Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang

---

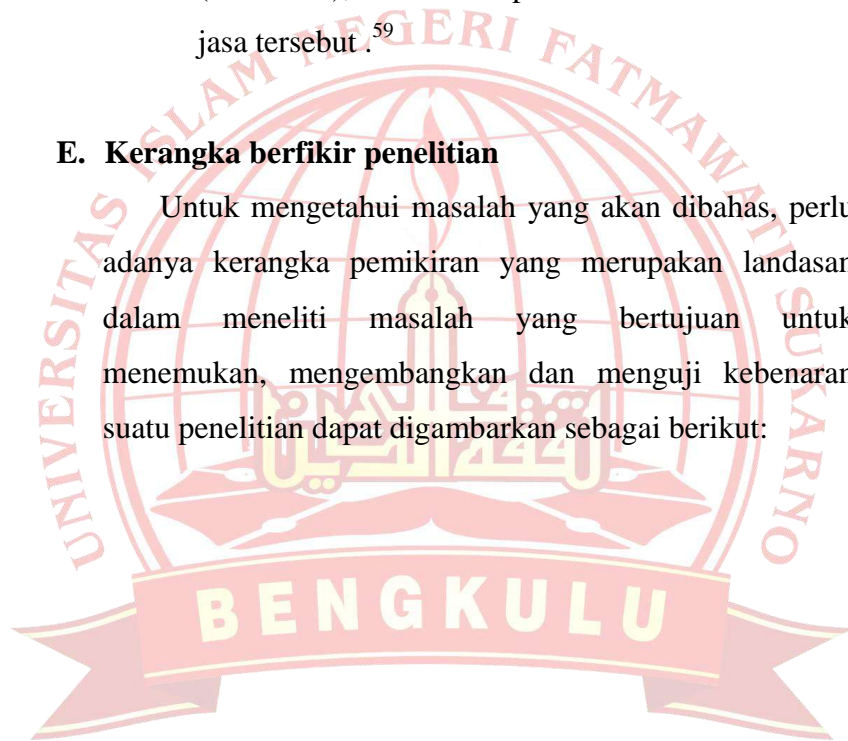
<sup>58</sup> RikaZardila and, 'Pengaruh Promosi Produk Pelayanan Bank Syariah Terhadap Minat Nasabah Menabung; *Jurnal Ekonomi Syariah, UIN AR-RANIRY BANDA ACEH*, (2019), hal 17

sama (*spot*). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing.

2. *Ijarah* (Sewa). Jenis kegiatan *ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*), bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut.<sup>59</sup>

#### **E. Kerangka berfikir penelitian**

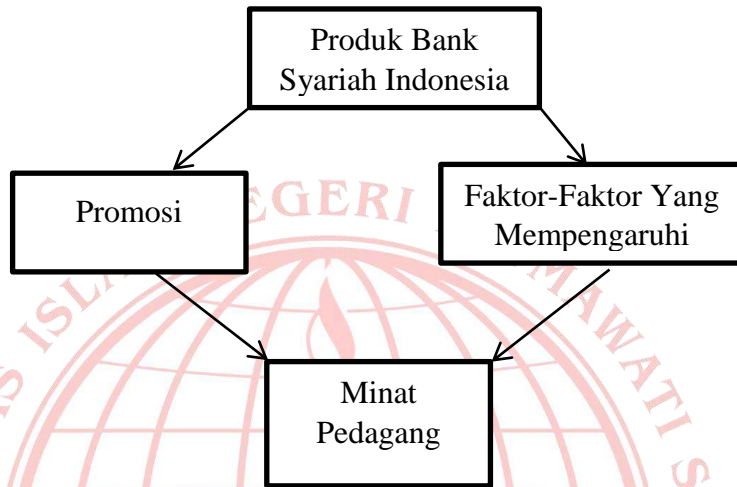
Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya kerangka pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



---

<sup>59</sup> Dewi Ratna Sari, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Sayur Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Pasar Atas Curup)', 8.5.2017, ٧٦٨٦

**Tabel 2.1**  
**Karangka Berpikir Penelitian**



Dari tabel 2.1 karangka berpikir dapat diambil kesimpulan berikut ini:

1. Produk Bank Syariah Indonesia layanan keuangan berbasis syariah yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia.
2. Promosi, berbagai upaya yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia untuk memperkenalkan produk-produknya.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh promosi dan produk terhadap minat pedagang.

4. Minat pedagang, keinginan pedagang untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia.

## **F. Pedagang**

### **1. Pengertian Pedagang**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pedagang adalah seseorang yang pekerjaannya adalah berdagang.<sup>60</sup> Sedangkan menurut kamus Ekonomi pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Perdagangan pada prinsipnya adalah pertukaran suatu komoditas dengan komoditas lain yang berbeda atau komoditas satu dengan alat tukar berupa uang<sup>61</sup>

Menurut Asnawi dan Fanani pedagang merupakan pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan suatu barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan. Sedangkan pengertian pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut juga saudagar. Pedagang ialah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri

---

<sup>60</sup> Ahmad A.K. Muda, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, (Surabaya: Reality Publisher, 2006), Cet. ke-1, h. 167.

<sup>61</sup> M. Ismail Yusanto & M. Arif Yunus, Pengantar Ekonomi Islam, (Bogor: Al Azhar Press, 2011), Cet.ke-2, h. 234.

untuk memperoleh keuntungan. Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Salah satu karakteristik yang menonjol dari pasar tradisional adalah banyaknya pedagang yang menjual jenis barang dagangan yang sama. Selain itu penentuan harga barang dilakukan melalui proses tawar-menawar. Walaupun harga barang relatif murah namun kualitas dan kebersihan barang kurang diperhatikan.<sup>62</sup>

Keuntungan atau kerugian adalah perbedaan antara hasil penjualan dan biaya produksi. Keuntungan diperoleh apabila hasil penjualan melebihi dari biaya produksi, dan kerugian akan dialami apabila hasil penjualan kurang dari biaya produksi. Keuntungan yang maksimum dicapai apabila perbedaan diantara hasil penjualan dan biaya produksi mencapai tingkat yang paling besar. Perbuatan perniagaan pada umumnya merupakan perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi. Pedagang dapat dikategorikan menjadi dua yaitu :<sup>63</sup>

1. Pedagang Menengah/ Agen/ Grosir adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan

---

<sup>62</sup> Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, Pemasaran Syariah (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017). Hal 32

<sup>63</sup> Eko Sujatmiko, Kamus Ilmu Pengetahuan Sosial, 1 (Surakarta: Aksara Sinergi media, 2014). Hal 231

diberi daerah kekuasaan penjualan/ pedagang tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

2. Pedagang Eceran/ Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijual langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.<sup>64</sup>

Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang.

## **2. Dasar Hukum Pedagang**

Berdagang Ajaran Islam diwahyukan melalui Nabi Muhammad SAW. seorang yang terlahir dari keluarga pedagang. Nabi Muhammad SAW. menikah dengan seorang saudagar yang bernama Siti Khadijah dan beliau melakukan perjalanan bisnis sampai ke Syiria. Berdagang adalah aktifitas paling umum dilakukan di

---

<sup>64</sup> C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia (Jakarta: Sinar Grafika, 2008). Hal 15



pasar, oleh karena itu aktifitas berdagang diperbolehkan dalam Islam.<sup>65</sup>

Islam merupakan agama yang memiliki panduan hidup yang universal, baik dari segi beribadah, maupun dari segi muamalah. Dengan ini, bahwa pedoman yang diajarkan Islam dapat mengikuti arus perkembangan zaman. Islam membimbing umatnya agar senantiasa dalam aktifitas kehidupannya harus sesuai dengan aturan- aturan atau syariat Islam yang berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Al-Hadits. Perniagaan merupakan salah satu pemenuh kebutuhan hidup yang terpuji dalam Islam, bahkan beberapa ulama berpendapat perniagaan merupakan mata pencaharian yang paling utama. Sebagaimana firman Allah SWT :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ بَوَالرِّ

*Artinya: "padahal Allah telah Menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba" (QS. Al Baqarah :275).<sup>66</sup>*

Dan dijelaskan didalam hadits Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wassalam yang artinya, Dari Rafi' bin Khadij, dia menuturkan "Pernah ditanyakan

---

<sup>65</sup> Mustafa Edwin Nasution dkk, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, (Jakarta: Kencana, 2007), Cet. ke-2, edisi I, h. 158.

<sup>66</sup> Al-Quran, Al-Baqarah :275, Kemenang RI (Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Inonesia 2020)

(kepada Rasulullah Shalallahu ‘Alaihi Wasallam), “Wahai Rasulullah! Penghasilan apakah yang paling baik?” Beliau menjawab “Hasil pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri, dan setiap perniagaan yang baik” (HR. Ahmad, Ath-Thabrani, Al-Hakim)

Ada perangkat atau ketentuan yang harus dipenuhi dan dipatuhi saat akan melakukan aktifitas berdagang yang sesuai dengan Ekonomi Syariah, diantaranya :

- a. Komoditi barang atau jasa yang diperdagangkan  
Barang atau jasa yang diperdagangkan harus halal. Tidak dibenarkan memperjualbelikan barang atau jasa yang diharamkan oleh syariat. Di samping halal, barang yang diperdagangkan harus jelas. Tidak dibenarkan memperdagangkan komoditi yang tidak jelas atau samar.
- b. Pelaku perdagangan Penjual dan pembeli harus memenuhi syarat aqil dan baligh untuk dapat melaksanakan transaksi perdagangan. Persyaratan ini dimaksudkan untuk melindungi keduanya dari tindakan penipuan dan tindakan lain yang merugikan. Dan kedua belah pihak harus memiliki etika akhlak yang mulia seperti shiddiq (jujur), amanah (tanggung jawab), tidak menipu, menepati janji, murah hati, dan tidak melupakan akhirat

- c. Tempat Perdagangan hendaknya dilakukan di tempat yang baik yang memungkinkan penjual dan pembeli dapat melakukan tawar menawar dan saling merelakan dalam bertransaksi.
- d. Proses perdagangan Proses perdagangan harus dilakukan sesuai dengan syariat. Untuk keperluan ini harus dipenuhi adanya aqid (pihak yang melakukan akad jual beli yaitu penjual dan pembeli), ma"qud „alaih (barang yang diperjualbelikan), sighthat Ijab dan Qabul<sup>67</sup>

### **3. Strategi dalam Berdagang**

Sistem Ekonomi Islam tegak di atas prinsip sepuluh, sebagai berikut : Pertama, menganggap bahwa harta yang baik adalah pilar kehidupan hingga harus dijaga. Kedua, mengharuskan bekerja bagi setiap orang yang mampu. Ketiga, menyingkap sumber-sumber kekayaan alam dan keharusan memanfaatkannya. Keempat, mengharamkan bentuk mata pencaharian yang mungkar. Kelima, mendekatkan antara berbagai kelas ekonomi, untuk memberantas kekayaan yang keji dan kemiskinan yang sengsara. Keenam, menghormati harta dan kepemilikan. Ketujuh, mengelola Interaksi ekonomi dan manajemen persoalan keuangan secara detail.

---

<sup>67</sup> Achmat Subekan, "Menenal Etika Dagang Syariah", artikel diakses pada 12 Mei 2015 dari <https://bppk.kemenkeu.go.id/id/publikasi/artikel/150-artikel-keuangan-umum/21129-menal-etika-dagang-syariah>

Kedelapan, membangun iklim saling menanggung secara sosial. Kesembilan, menegaskan tanggung jawab Negara dalam memelihara sistem ini. Kesepuluh, melarang pemborosan

Di samping itu teladan Rasulullah SAW. dalam berdagang kiranya dapat dijadikan acuan dalam memasarkan barang yang diperdagangkan. Beberapa kiat dan etika Rasulullah SAW. dalam membangun citra dagangannya adalah sebagai berikut<sup>68</sup> :

- a. Penampilan Penampilan dagang Rasulullah SAW. adalah tidak membohongi pelanggan baik menyangkut besaran maupun kualitasnya. Sehingga ketika beliau berdagang banyak yang menyukai sifat beliau itu.
- b. Pelayanan Pelanggan yang tidak sanggup membayar kontan hendaknya diberi tempo untuk melunasinya. Selanjutnya pengampunan (bila memungkinkan) hendaknya diberikan, jika benar-benar tidak sanggup membayarnya .
- c. Persuasi Menjauhi sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang .
- d. Pemuasan Hanya dengan kesepakatan bersama dengan satu usulan dan penerimaan, penjualan akan sempurna

---

<sup>68</sup> Muhammad, Etika Bisnis Islam, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), h. 102.