

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi Pemasaran**

##### **1. Pengertian Strategi**

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan dalam bisnis. Jhon A. Bryne, mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.<sup>17</sup>

Menurut David strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>18</sup>

Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagaimana diukur dengan daya saing strategis dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan

---

<sup>17</sup> Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2012), 29.

<sup>18</sup> David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 14.

menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat daripada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini.<sup>19</sup>

## 2. Pengertian Pemasaran

Secara keseluruhan pemasaran meliputi pengertian yang luas. Pemasaran berkaitan dengan kegiatan penjualan, perdagangan, distribusi dan lain-lainnya yang dimaksud untuk mengadakan pertukaran produk, baik berupa barang maupun jasa yang dihasilkan oleh produsen (dalam hal ini pihak perusahaan) dengan konsumen sebagai pembeli dan pengguna barang dan jasa yang dihasilkan.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendeiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor yang penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.<sup>20</sup>

Berdasarkan pengertian beberapa di atas, dapat mengambil suatu kesimpulan bahwa strategi pemasaran adalah proses yang berkesinambungan dalam menentukan rencana untuk mendapatkan hasil akhir sesuai dengan apa yang diharapkan knsumen untuk kedepannya, permintaan dari produsen akan dapat memuaskan konsumen dalam kaitannya dengan harga, promosi dan distribusi barang dan jasa.

---

<sup>19</sup> Michael, Hitt, Dkk, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Erlangga, 2013), 137.

<sup>20</sup> Hayani, Nurrahmi, *Manajemen Pemasaran*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), 1.

Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapapun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islam atau perjanjian transaksi dalam Islam.<sup>21</sup>

### 3. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Suryana, strategi pemasaran merupakan perpaduan antara aktivitas wirausaha dengan riset pasar dan hasil pengujian sebelumnya yang dilakukan perusahaan untuk menjual produknya. Untuk menarik konsumen, perusahaan dapat merancang rencana yang termasuk dalam bauran pemasaran, yang merupakan kombinasi terbaik dari salah satu elemen paling umum dalam strategi pemasaran.<sup>22</sup>

Menurut Alma Bukhari, ada strategi pemasaran yang harus dipilih dan dilaksanakan untuk mengetahui target pasar, yaitu kelompok masyarakat yang ingin dijangkau perusahaan ketika menjual produknya dan bauran pemasaran yang tepat untuk pasar tersebut dapat memberikan pengetahuan pada masyarakat.<sup>23</sup>

### 4. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran

---

<sup>21</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2014), 59.

<sup>22</sup> *Ibid*, ...102.

<sup>23</sup> Buchari, Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: CV Alfabeta, 2019), 176.

Strategi pasar harus dikembangkan sejak dini untuk mencapai tujuan pemasaran. Unsur-unsur strategi pemasaran menurut Fredy Rangkuti ini adalah:

a. Unsur Strategi Pemasaran

- 1) Segmentasi pasar, yaitu tindakan identifikasi dan pembentukan kelompok pembeli individu atau kelompok konsumen. Setiap konsumen dibedakan menurut karakteristik permintaan produk dan bauran pemasaran sendiri.
- 2) Targeting, yaitu tindakan memilih target pasar yang akan dipilih.
- 3) Positioning, yaitu menentukan posisi target pasar, menciptakan dan mengkomunikasikan keunggulan produk bagi konsumen di pasar.

b. Elemen taktik persaingan

- 1) Diferensiasi, yaitu perbedaan antara produk itu sendiri dengan produk yang lainnya
- 2) Bauran pemasaran, produk, harga, promosi dan lokasi.

c. Unsur nilai pemasaran

Merek (brand) adalah nama, representasi, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari semua desain ini untuk menentukan dan membedakan produk sendiri dengan produk lain. Merek bagi konsumen berarti jika:

- 1) Identifikasi untuk membedakan suatu produk dengan produk lainnya.

2) Jaminan kualitas dan produktivitas produk yang akan dibeli.<sup>24</sup>

## **B. Minat**

### **1. Pengertian Minat**

Minat adalah sesuatu yang dapat menunjukkan bahwa minat adanya pengertian subjek terhadap obyek menjadi sasaran karena obyek tersebut menarik perhatian dan menimbulkan kesukaan terhadap obyek tersebut. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya.<sup>25</sup>

Jadi minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat diwujudkan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat adalah kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal atau suatu situasi ada sangkut paut dengan dirinya.<sup>26</sup>

Menurut Sardiman, minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang menghubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan sendiri. Dari beberapa pengertian minat diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan dan keinginan yang besar terhadap sesuatu yang terdiri dari suatu campuran rasa senang, harapan, perasaan tertarik, pemusatan perhatian yang tidak disengaja ataupun tidak yang dengan

---

<sup>24</sup> Rangkuti, Fredy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia, 2015), 48-49.

<sup>25</sup> Khairani, *Psikologi Belajar*, (Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2013), 137.

<sup>26</sup> Islamuddin, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2012), 261.

penyempitan kemauan dan kecenderungan-kecenderungan yang lain yang mengarahkan individu kepada suatu obyek atau pilihan. Dengan adanya minat yang dimiliki oleh seseorang akan mampu mendorong untuk melakukan berbagai kegiatan yang menarik perhatiannya.<sup>27</sup>

Sedangkan menurut Slameto, menjelaskan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat dan dekat hubungan tersebut semakin besar minat dalam mencapai kebutuhannya.<sup>28</sup>

Jadi dapat dikatakan bahwa minat ini berkaitan dengan usaha dan perhatian semisalnya orang menaruh minat pada sesuatu. Minat juga sangat besar pengaruhnya dalam mencapai keinginan dan kebutuhan.

## 2. Indikator Minat

Indikator dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memberikan atau menjadi petunjuk atau keterangan. Salah satu yang berpengaruh dalam minat yaitu indikator, dalam minat terdapat beberapa indikator. Minat dapat diukur melalui empat indikator sebagaimana yang disebutkan oleh Slameto yaitu ketertarikan, perhatian, motivasi dan pengetahuan.

### b. Ketertarikan

---

<sup>27</sup> Sardiman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar*, (Jakarta: Rajawal Pers, 2016), 76.

<sup>28</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2016), 180.

Diartikan apabila seseorang yang berminat terhadap sesuatu maka ia akan memiliki perasaan ketertarikan terhadap hal tersebut. Ia akan terus menerus memahami semua obyek yang berhubungan dengan bidang tersebut, ia akan mengikuti dengan penuh antusias dan tanpa ada beban dalam dirinya.

c. Perhatian

Merupakan konsentrasi atau aktivitas jiwa seseorang terhadap pengamatan, pengertian ataupun yang lainnya dengan mengesampingkan hal lain dari pada itu.

d. Motivasi

Merupakan suatu usaha atau pendorong yang dilakukan secara sadar untuk melakukan tindakan dan mewujudkan perilaku yang terarah demi pencapaian tujuan yang diharapkan dalam situasi interaksi.

e. Pengetahuan

Diartikan bahwa jika seseorang yang berminat terhadap suatu hal maka akan mempunyai pengetahuan yang luas tentang hal tersebut serta bagaimana manfaat hal tersebut dalam kehidupan sehari-hari.<sup>29</sup>

Diartikan apabila seseorang yang berminat terhadap sesuatu maka ia akan memiliki perasaan ketertarikan terhadap hal tersebut. Ia akan terus menerus memahami semua obyek yang berhubungan dengan bidang tersebut, ia akan mengikuti dengan penuh antusias dan tanpa ada beban dalam dirinya.

---

<sup>29</sup> *Ibid*, .... 130.

## C. Pembiayaan Ijarah

### 1. Pengertian Ijarah

Menurut Sayyid Sabik berasal dari fikih sunnah dan *al-ijara* berasal dari kata *al-ajru* (gaji) yang berarti *al-ivad* (kompensasi). Perjanjian sewa (*Ijarah*) adalah perjanjian untuk mengalihkan hak untuk menggunakan suatu produk atau jasa, sebagaimana ditentukan oleh hukum, dengan imbalan pembayaran upah atau pengeluaran atas hak penggunaan suatu barang atau jasa yang akan disewakan tanpa pemindahan hak milik.<sup>30</sup>

Ulama Syafi'i berpendapat bahwa sewa (*ijarah*) adalah suatu akad untuk suatu manfaat tertentu yang mempunyai tujuan tertentu dan boleh diubah atau diterima dengan persetujuan tertentu.<sup>31</sup>

Sesuai fatwa DSN MUI.112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Pembiayaan *Ijarah*, suatu perjanjian pengalihan hak pakai (manfaat) barang atau jasa yang disewakan untuk jangka waktu tertentu, dengan tetap membayar sewa/upah tanpa tindak pemindahan kepemilikan itu sendiri. Oleh karena itu, tidak ada perubahan dalam hak milik yang ditentukan dalam sewa, tetapi peralihan hak pakai beralih ke penyewa.<sup>32</sup>

Dari beberapa pengertian tersebut dapat dipetik dari beberapa definisi berikut, bahwa *ijarah* merupakan suatu bentuk kontrak atau perjanjian yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari sesuatu

---

<sup>30</sup> Nurhayati, Sri dan Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia Edisi 3*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 228.

<sup>31</sup> Syafi'I, Rahmat, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 121-122.

<sup>32</sup> Fatwa DSN MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Pembiayaan *Ijarah*. Dilihat dalam Himpunan Fatwa DSN MUI untuk Lembaga Keuangan Syariah, 2017, 55.

yang diambil dari orang lain dengan membayar upah sesuai dengan kontrak dan bahwa kedua belah pihak bersedia menyetujui persyaratan yang ditentukan.<sup>33</sup>

Jadi *ijarah* adalah salah satu bentuk transaksi kedua pihak yang terlibat, yaitu penyewa dan penyedia jasa menyediakan barang atau jasa yang dapat digunakan kepada penyewa dengan menggunakannya untuk dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan syariah tanpa diakhiri kepemilikan.

Ada dua jenis *ijarah* dalam hukum Islam:

- a. *Ijarah* adalah tentang menyewa jasa, misalnya penyewaan jasa seseorang dengan imbalan jasa yang disewa.
  - b. *Ijarah* mengacu pada penyewaan properti atau aset tertentu untuk orang lain, yaitu mengalihkan hak untuk menggunakan aset tertentu dengan imbalan uang sewa.<sup>34</sup>
2. Rukun dan Syarat *Ijarah*
- b. *Sighat Ijarah* adalah kontrak yang dibuat dalam bentuk pernyataan oleh dua pihak yang telah disetujui secara lisan atau sebaliknya.
  - c. Kedua pihak yang terikat kontrak: penyedia layanan atau penyedia persewaan dan penyewa.
  - d. Objek perjanjian *ijarah* adalah manfaat yang diperoleh dari penyewaan suatu barang atau jasa kemudian diberikan imbalan/upah (*ujrah*).

#### **D. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS)**

---

<sup>33</sup>

<sup>34</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 99.

## 1. Pengertian Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPSS)

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) atau dahulu dikenal dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang unik dan khas Indonesia. KSPPS mempunyai peran dalam menjalankan peran dan fungsinya, yaitu mengelola dana lebih banyak memanfaatkannya untuk pemberdayaan, khususnya bagi usaha mikro. Sedangkan dalam pengelolaannya bersifat umum, namun pengelolaan dan pengembangannya dengan saling memberikan keuntungan kepada penyewa dan pemberi sewa.

Untuk mulai berlakunya UU No. 23 Tahun 2014 tentang pemerintahan daerah mempengaruhi kewenangan pemerintah pusat, negara bagian, dan kabupaten/kota dibidang koperasi. Untuk undang-undang no. 21 Tahun 2011 tentang Kewenangan Keuangan dan Hukum 1/2013 Perlu pula adanya kepatuhan lembaga keuangan mikro sebagai tugas utama dan peran sentral koperasi dan UKM Indonesia terhadap kegiatan jasa keuangan syariah. Implikasi tersebut dibahas lebih lanjut dalam paket kebijakan tahun 2015. Dibidang koperasi, Permenkop pemerintah dan UKM no. 16/2015 terkait kegiatan simpan pinjam dan pembiayaan koperasi syariah sebaiknya tidak diputuskan oleh Menteri Koperasi. 91 Tahun 2004 tentang Pedoman Penyelenggaraan Jasa Keuangan Syariah Bagi Perusahaan Pada Koperasi Perubahan Nama Koperasi KJKS/UJKS menjadi Koperasi KSPPS.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> [www.pembiayaansyariahkukm.info](http://www.pembiayaansyariahkukm.info) diakses pada 4 Oktober 2023 pukul 01.22 WIB.

Menurut peraturan no. 16/Per/M.KUKM/IX/2015 Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Pembiayaan syariah pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) berkaitan dengan pembiayaan syariah yang telah dikenal sebelumnya. Seperti halnya KJKS, merupakan koperasi yang kegiatannya meliputi peminjaman, penyimpanan, dan pembiayaan sesuai dengan ketentuan syariah.<sup>36</sup>

## 2. Tujuan dan Fungsi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPSS)

Menurut undang-undang no. 25 Negara Republik Indonesia Pada tahun 1992, Pasal 3 dan 4 tentang koperasi menunjukkan maksud tersebut KSPPS, khususnya untuk memajukan kepentingan anggota dan masyarakat secara keseluruhan dan berpartisipasi membangun perekonomian nasional untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Fungsi KSPPS kemudian meliputi:

- a. Untuk menggapai potensi ekonomi anggota dan khususnya masyarakat dengan meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara umum dan sosial.
- b. Berperan aktif dalam upaya peningkatan kualitas hidup masyarakat.
- c. Memperkuat perekonomian nasional sebagai basis pertahanan dalam negeri perekonomian nasional dan koperasi sebagai landasannya

---

<sup>36</sup> Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia No. 16/Per.M.KUKM/IX/2015.  
<http://dinkopukm.slemakab.go.id/wpcontent/uploads/2018/05/permen-kukm-nomor-tahun-2015-tentang-pelaksanaan-kegiatan-usppskoperasi-pdf> Diakses pada 4 Oktober 2023 Pukul 09.08 WIB.

- d. Terwujudnya perekonomian nasional yang merupakan upaya bersama berdasarkan asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi
- e. Penguatan kualitas SDM (sumber daya manusia) agar anggotanya bertindak jujur (*amanah*), profesional (*fathonnah*), dan konsisten (*istiqomah*) berdasarkan prinsip ekonomi Islam.<sup>37</sup>

### 3. Pengertian *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

Baitul Maal wat Tamwil merupakan lembaga keuangan yang lahir dengan konsep syariah sebagai alternatif yang memadukan konsep koreksi internal dan pemerataan kinerja lembaga.. Sementara itu, konsep penanggulangan hanya muncul dalam hal kegiatan produktif yang bertujuan menghasilkan pendapatan dimasyarakat dalam sektor menengah (mikro). Tujuan kehadiran BMT adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, memusatkan perhatian pada kegiatan ekonomi berbasis kepentingan, serta mendukung pembiayaan dengan kegiatan-kegiatan yang memungkinkan dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah. Kehadiran lembaga keuangan mikro berbasis syariah bernama *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) akan membawa manfaat finansial bagi masyarakat, khususnya masyarakat kecil dan mengembangkan maupun membangun usaha, sekaligus yang berdampak pada perekonomian masyarakat. Keberadaan BMT disisi berfungsi untuk memenuhi peran ekonomi Islam dan disisi lain menjalankan tugas perekonomian dengan meningkatkan aktivitas mikro

---

<sup>37</sup> Sofiani, Triana, *Konstruksi Norma Hukum Koperasi Syariah dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional*, (Pekalongan: Jurnal Hukum Islam STAIN Pekalongan, 2014), 135.

ekonomi, sehingga perkembangan BMT sangat pesat dibandingkan dengan perkembangan ekonomi mikro dalam kemajuan ekonomi lembaga keuangan.<sup>38</sup>

#### 4. Peran *Baitul Maal Wat Tamwil*

- a. Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Berpartisipasi aktif dalam masyarakat karena pentingnya sistem ekonomi Islam. Hal ini dilakukan melalui pelatihan, misalnya tentang metode perilaku Islami dalam memperoleh bukti dalam bisnis, penipuan dalam pengumpulan barang terlarang, kejujuran terhadap pelanggan, dan lain-lain.
- b. Pelatihan dan pembiayaan untuk usaha kecil. BMT harus proaktif dalam menjalankan perannya sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya melalui bimbingan, pelatihan, konseling dan pemantauan terhadap nasabah, serta sosialisasi pada masyarakat.
- c. Untuk memastikan keadilan sosial-ekonomi melalui kesetaraan. Peran BMT untuk menangani langsung masyarakat yang kompleks harus rasional, ini merupakan salah satu langkah, karena ketika menilai tingkat prioritas yang harus dipertimbangkan, misalnya dari sudut pandang keuangan, BMT harus fokus pada kebutuhan dan

---

<sup>38</sup> Dewi Masyitoh, Novita, *Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro(LKM) Atas Status Badan Hukum Dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*, (Semarang: Economica, 2014). Diakses pada 10 Mei 2023 pukul 0.15 WIB. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/download/768/679>

permasalahan konsumen, kelompok pelanggan dan juga jenis pembiayaan yang dilakukan.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Huda, Nurul, *Baitul Maal Wat Tamwil*, (Jakarta: AMZAH, 2016), 365.