

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Syariah

1. Pengertian Strategi Pemasaran Syariah

Pada berbisnis pemasaran ialah suatu strategi bisnis yang mengarah pada proses menciptakan serta menawarkan produk pada pelanggan. Menurut agama islam, pemasaran wajib sesuai menggunakan nilai nilai islamiah dan serta bersemangat dalam menjalankan ibadah kepada Allah SWT.¹⁰

Pemasaran Syariah berdasarkan Kertajaya yaitu tindakan taktik yang bisa menaungi semua aktivitas aktivitas pada perusahaan, mulai dari proses, membangun, menawarkan sesuai dengan ajaran Islam. Sedangkan dari Hermawan Kartajaya pemasaran syariah yaitu dimana suatu perusahaan pada pemasarannya wajib berlaku jujur sesuai dengan kenyataannya serta bagi pembeli, dalam pembeliannya harus karena butuh.¹¹

Pemasaran syariah merupakan bisnis strategi yang mengarah pada upaya dalam menciptakan, menawarkan dan merubah nilai dari satu inisiator kepada stakeholder-nya, di mana seluruh prosesnya berdasarkan prinsip muamalah dan syariah serta akad dalam Islam.¹²

¹⁰ Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina, "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista", *IEconomic*, No. 1 Vol.3, (2017)

¹¹ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 5-21.

¹² Maisarah Leli, "Strategi Pemasaran Dalam Prespektif Islam", *Jurnal At-Tasyri'iy*, No.1 Vol.2 (2019)

2. Prinsip Pemasaran Syariah

a) Keadilan

Keadailan memiliki peranan menjadi sebuah prinsip mendasar dalam islam. Al-Qur'an memerintahkan manusia ketika mengambil keputusan harus didasarkan pada kecenderungan derajat keterbukaan dan Ketuhanan. Melalui hal ini bisa diketahui bahwasannya keadilan mestilah diterapkan dalam hubungan sesama manusia. Terdapat berbagai istilah yang menggambarkan keadilan di dalam Al-Qur'an yaitu adl dan qist dimana artinya yaitu pendistribusian secara merata termasuk materil. Selain itu makna lainnya yaitu memposisikan sesuatu pada tempatnya.

b) Amanah dan Pertanggung jawaban

Dalam hal amanah dan pertanggungjawaban, Islam menggariskan dalam firman-Nya surat An-Nahl 93 berikut ini:

وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ يُضِلُّ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ

يَشَاءُ وَلِتَسْأَلَنَّ عَمَّا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿٩٣﴾

Artinya: “Serta jikalau Allah menghendaki, niscaya dia berakibat kamu satu umat (saja), namun Allah menyesatkan siapa yang dikehendaki-Nya serta memberi petunjuk kepada siapa yang dikehendaki-Nya. serta Sesungguhnya kamu akan ditanya tentang apa yang sudah engkau kerjakan.”¹³

¹³ Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya dengan transliterasi, (Departemen Agama RI, Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2019), 256

Melalui hal ini bisa diketahui bahwasannya amanah berkaitan dengan kewajiban yang menjadi tanggung jawab manusia ataupun organisasi.

c) Komunikatif

Dalam seluruh gerak-gerik dan perbuatan manusia ia tak dapat menghindari tentang komunikasi dengan manusia lainnya. Di dalam ilmu manajemen, komunikasi menjadi faktor utama dalam menjalankan perubahan. Kebijakan atau keputusan dalam rangka melaksanakan dan me manage itu sendiri, untuk menuju tercapainya tujuan yang bisa diharapkan oleh dirinya.¹⁴

3. Etika pemasaran syariah

Pemasaran syariah (*syariah marketing*) adalah kajian yang digunakan dan di jalankan dengan kinerja. Agama islam memiliki prinsip-prinsip yang tak boleh bertentangan dengan prinsip aqidah, syariah dan akhlak karena hal itu merupakan sebuah bagian besar pembahasan Islam yaitu *a comprehensive way of life*. Islam tidak melarang paara pengikutnya untuk menikmati gemerlapnya kehidupan di era modern ini, tetapi haruslah tetap bertaqwa, yaitu menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya karena hal itu ialah prinsip dasar dalam segala aturan yg diturunkan Allah SWT. insan dibolehkan menikmati kesenangan dunia dengan catatan; pertama, punya niat yang baik, yaitu menggunakan tujuan dan mau mensyukuri nikmat yang di

¹⁴ Amrin, dkk, "Bisnis, Ekonomi, Asuransi dan Keuangan Syariah". (Jakarta: PT. Grasindo), hlm 58