

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Baitul Maal Wal Tamwil (BMT)

1. Pengertian BMT

BMT ialah singkatan kata dari *Bait al-Maal wa at-Tamwil* ataupun juga bisa disebut Balai Usaha Mandiri Terpadu. Secara praktisnya, BMT ini merupakan wujud lembaga keuangan mikro dimana operasionalnya berbasis sistem syariah, khusus menyangkut bidang akad transaksi berpola syariah selaku Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Maka dari itu BMT tergolong dalam LKMS. Selain itu BMT ialah gabungan dari dua lembaga, yakni *Bait al-Maal* yang merupakan suatu lembaga sosial serta *Bait at-Tamwil* yaitu suatu lembaga bisnis ataupun pengelolaan keuangan produktif. Dengan begitu, BMT ialah lembaga keuangan mikro dimana ingin membawa dua aktivitas secara sinergis kedalam suatu kesatuan gerak kelembagaan, yang saling melengkapi serta menguatkan yang lainnya, yakni dari aspek sosial serta aspek bisnis.¹⁴

BMT ialah salah satu dari LKM yang berbasis sistem syariah yang didefinisikan sebagai LKM berbasis pada masyarakat yang beroperasi dibawah sistem koperassi serta domain LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat). BMT muncul dari berbagai macam organisasi seperti bank syariah, BPR syariah, serta organisasi islam seperti NU dan

¹⁴ Euis Amalia, *Keuangan Mikro Syariah* (Bekasi: Gramata Publishing, 2016), 21.

Muhammadiyah yang memiliki anggota lebih dari seratus juta.¹⁵ *Baitul Maal* ialah lembaga atau *al jihat* (pihak) yang memiliki tugas khusus untuk mengatur seluruh harta umat, baik itu dari pendapatan maupun pengeluaran negara.¹⁶ BMT ini didirikan memiliki maksud tujuan untuk memberikan fasilitas masyarakat bawah yang tidak dijangkau pelayanan dari bank Islam dan BPRS atau bisa disebut juga BPR Islam. Walaupun memiliki kemiripan dengan bank Islam, BMT memiliki sasaran pasar tersendiri, yakni masyarakat kecil yang tidak dijangkau oleh layanan perbankan serta para usaha kecil yang memiliki hambatan psikologis bila berhubungan dengan lembaga bank.¹⁷

Dalam pandangan ekonomi BMT sebagai lembaga *intermediary* yang mana berusaha untuk memutarakan siklus keuangan masyarakat bawah supaya bisa bermanfaat bagi masyarakat di sekitar BMT itu sendiri. Dari pandangan politik kehadiran BMT di kalangan masyarakat merupakan hasil inovasi para cendekiawan muslim yang hatinya tergerak untuk menciptakan suatu lembaga yang berbasis prinsip syari'ah Islam. Kemudian dari pandangan agama dan sosial kehadiran BMT sebagai lembaga yang bernuansa agama yang berusaha untuk menerapkan syari'at Islam dalam setiap akad mu'amalahnya, sehingga

¹⁵ Shoerul Rohmatul Ajija. dkk, *Koperasi BMT Teori, Aplikasi dan Inovasi*, Cet. Ke-2 (Karangayar: CV. Inti Media Komunika, 2018), 9.

¹⁶ Widiyanto bin Mislan Cokrohadikusumarto, dkk, *BMT Praktik dan Khusus* (Jakarta: Rajawali Press, 2016), 3.

¹⁷ Firman Setiawan, *Buku Ajar Lembaga Keuangan Syariah Non Bank* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2017), 234.

terdapat keeriusan dalam menerapkan syari'at Islam di dalam setiap melakukan aktivitas berbisnis.¹⁸

Secara sederhana lembaga ini memiliki peran sebagai LKM yang berpola syariah dengan tujuan untuk memberdayakan ekonomi umat serta berperan sebagai lembaga institusi yang mengelola dana zakat, infak dan sedekah. BMT menghimpun dana dari anggota BMT atau masyarakat kemudian menyalurkannya ke masyarakat atau juga ke anggota BMT. Selain itu BMT juga memiliki hak untuk melakukan kegiatan ekonomi seperti perdagangan, industri dan pertanian. Karena BMT memiliki kedekatan dengan masyarakat bawah membuatnya lebih efektif dalam mengenalkan kegiatan ekonomi yang berbasis syari'ah.¹⁹

BMT sebagai lembaga LKM bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat dengan berdasarkan pada prinsip syari'ah yang berperan dalam melakukan semua kegiatannya. Selain memberikan kesejahteraan juga sebagai penjamin proses simpan pinjam. Dengan tujuan yang berdasarkan sistem syari'ah ketentuan proses simpan pinjam yang dilakukan oleh pihak BMT memiliki peranan yang menjauhkan para pelakunya kedalam gharar, maisir dan riba. Di

¹⁸ Abd Rauf Wajo, *Kontribusi Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah Terhadap Sektor Usaha Mikro* (Madiun: CV. Bayfa Cendekia Indonesia, 2021), 7.

¹⁹ Silviana Pebruary, dkk, *Pencegahan Fraud Di lembaga Keuangan Mikro Syariah* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), 7.

mana ke tiga itu merupakan sebuah larangan dari prinsip syari'ah dalam melakukan kegiatan bermu'amalah.²⁰

2. Fungsi BMT

Secara garis besarnya, terdapat 2 fungsi utama, yakni sebagai berikut ini :

a. *Bait al-Maal*

Bait al-Maal merupakan bahasa Arab, “*bait*” yang artinya rumah, serta “*almaal*” yang memiliki arti harta. Secara harafiah, *Bait al-Maal* ialah rumah untuk menyimpan maupun mengumpulkan harta. Akan tetapi dalam istilah, kata *Bait al-Maal* mempunyai makna yang sangat luas. Tidak hanya sebagai tempat untuk mengumpulkan harta, akan tetapi harta yang telah terkumpul harus dikelola serta dijalankan sesuai dengan syariah (Islam).

b. *Bait at-Tamwil*

Bait at-Tamwil merupakan kata bahasa Arab yang memiliki arti lembaga pengelola harta. *At-Tamwil* merupakan bentuk aktif dari kata *al-Maal*. Karena sebagai bentuk aktif, kata *Tamwil* ini berhubungan dengan mengembangkan harta melalui pengurusan secara ekonomi. Oleh sebab itu, harta yang dikelola haruslah produktif pada *Bait at-Tamwil*. Harta yang terkumpul dikelola

²⁰ Haniah Lubis, *Lembaga Keuangan Syariah* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Manajemen, 2021), 158.

secara bisnis. Dengan kata lainnya, *Bait at-Tamwil* ini berfungsi sebagai ekonomi yang menjadi sumber keuntungan.

Dari fungsi itu, sumber harta yang termasuk didalam *Bait at-Tamwil* berbeda dengan *Bait al-Maal*. Semua harta yang masuk dalam *Bait at-Tamwil* merupakan dana yang perlu dikelola secara produktif sebagai modal kerja ataupun investasi.²¹

3. Operasional BMT

Pada umumnya, dalam operasionalnya BMT yakni mengumpulkan dana dari masyarakat serta penyaluran dana ke pelaku UMK. Pola kerjasama yang dijalankan oleh BMT ini menggunakan sistem bagi hasil. Pola tersebut ialah pola utama yang dilakukan BMT selain pola yang lainnya, baik itu BMT dengan anggota si penyimpan atau dengan si pengguna dana. Bagi hasil merupakan suatu persetujuan kerjasama yang dimana membagi keuntungan ataupun kerugian usaha yang dihasilkan. Kerjasama yang dilakukan BMT dengan penyimpan dana, bagi hasilnya dihitung dari laba atau rugi BMT setelah memberikan dananya kepada pelaku UMK, untuk kerjasama BMT dengan pelaku UMK, bagi hasilnya dihitung dari laba atau rugi pelaku UMK setelah menerima pembiayaan dari pihak BMT.²²

²¹ Euis Amalia, *Keuangan Mikro Syariah*, 21-23.

²² *Ibid.*, 24.

4. Produk-Produk BMT

Dalam menjalankan kegiatan BMT menawarkan produk yang sangat mirip dengan bank syariah. Akan tetapi kedua lembaga ini memiliki perbedaan yang jelas terutama mengenai nasabah mereka. Nasabah pada bank syariah lebih ke kelompok menengah dan atas, sebaliknya BMT didedikasikan hanya untuk pengusaha mikro muslim yang memiliki tingkat pendapatan rendah.²³ Adapun produk-produk dari BMT antara lain yakni :

1) Tabungan/simpanan

Tabungan atau disebut simpanan ialah dana yang disimpan ataupun dititipkan oleh seseorang ataupun badan kepada BMT. Umumnya akad pada simpanan ada dua jenis, yakni: akad mudharabah serta akad wadi'ah.²⁴

2) Pembiayaan, Piutang dan Penyediaan Jasa

a. Pembiayaan

Pembiayaan ialah sejumlah dana yang diberikan BMT kepada anggota maupun calon anggota yang membutuhkan biaya untuk membiayai usaha dengan sistem berbasis bagi hasil. Dana yang diberikan bertujuan guna membiayai usaha anggota dengan berdasarkan kerjasama usaha (*syirkah*) yang dilakukan antara BMT dengan anggotanya. Karena ini merupakan sebuah

²³ Shoerul Rohmatul Ajija. dkk, *Koperasi BMT Teori, Aplikasi dan Inovasi*, 79.

²⁴ Euis Amalia, *Keuangan Mikro Syariah*, 24-26.

kerjasama maka, setiap masing-masing memiliki hak serta kewajiban sesuai dengan porsinya. Maka dari itu, keuntungan atau kerugian yang diperoleh dalam proses kerjasama tersebut dibagi bersama sesuai porsinya. Berikut beberapa pembiayaan yang bisa dipraktikkan dalam BMT antara lain:

- a) *Musyarakah*, yaitu kerjasama antara 2 pihak ataupun lebih pada kegiatan usaha yang mana kedua pihak berhak atas keuntungan serta bertanggung jawab atas kerugian yang akan terjadi sesuai dari kesepakatan.
- b) *Mudharabah*, yaitu kerjasama antara 2 pihak yang mana pihak kesatu yang menyediakan dana serta pihak kedua yang bertanggung jawab untuk mengelola usaha. Keuntungan ataupun kerugian kedua pihak dibagi sesuai rasio laba yang disepakati sebelumnya.²⁵ Pembiayaan *mudharabah* kebanyakan di aplikasikan untuk pembiayaan modal kerja, yang diantaranya seperti modal untuk kerja perdagangan, serta jasa investasi khusus, yang mana lembaga akan memberikan beberapa syarat dan jenis usaha khusus yang akan di lakukan oleh *mudharib*.²⁶

Dalam melakukan pembiayaan kepada petani ataupun penggarap lahan, akad transaksi yang bisa digunakan ialah :

²⁵ Euis Amalia, *Keuangan Mikro Syariah*, 24-26

²⁶ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik* (Yogyakarta: Kalimedia, 2018), 165.

- a) *Muzara'ah*, yaitu pihak BMT memberikan lahan ke penggarap untuk menanami serta memelihara dengan imbalan *prosentase* tertentu atas hasil panen tersebut.
- b) *Musaaqot*, merupakan bentuk sederhana muzara'ah yang mana penggarap bertanggung jawab untuk penyiraman serta pemeliharaan. Sebagai imbalannya penggarap akan menerima rasio tertentu atas hasil panen tersebut.

b. Piutang (Jual-beli)

Pada Jenis transaksi jual-beli di BMT adapun produknya diantaranya²⁷:

1. *Bai' bitsaman 'ajil* (BBA)

Yakni akad jual beli yang bukan untuk memberikan pinjaman. Jual beli *Bai' bitsaman 'ajil* ialah jual beli tangguh serta tidak jual beli spot sehingga *Bai' bitsaman 'ajil* termasuk kedalam kategori perdagangan atau perniagaan yang diperbolehkan oleh syariah.²⁸

2. *Bai' al Istishna*

Istishna merupakan akad penjualan antara pembeli dan produsen yang bertindak juga sebagai penjual.²⁹ *Istishna'* juga bisa diartikan sebagai akad jual beli antara pemesan

²⁷ Euis Amalia, *Keuangan Mikro Syariah*, 26.

²⁸ Muhammad Nafik Hadi Ryandono dan Rofiul Wahyudi, *Manajemen Bank Islam Pendekatan Syariah Dan Praktek* (Yogyakarta: UAD PRESS, 2021), 214.

²⁹ Firdaus Furywardhana, *Akuntansi Syariah Di Lembaga Keuangan Syariah* (Bogor: Guepedia, 2016), 57.

dengan penerima pesanan.³⁰ Dari akad tersebut, pembeli akan menugaskan produsen untuk membuat barang pesanan sesuai dengan perincian yang disyaratkan oleh pembeli kemudian menjual sesuai harga yang telah disepakati.³¹

3. *Bai' as Salam*

Salam ialah sebuah transaksi atas jual beli yang mana barang yang dijualbelikan masih belum ada. Oleh sebab itu, barang diberikan secara tangguh sementara pembayarannya secara tunai. Didalam praktik perbankan, saat barang sudah diserahkan kepada pihak bank atau non bank, maka mereka akan menjual kepada rekan si nasabah ataupun nasabahnya sendiri secara tunai maupun secara cicilan.³²

4. *Musyarakah Mutanaqisha*

Menurut DSN-MUI No. 73 tahun 2008 *Musyarakah Mutanaqisha* ialah *musyarakah* atau *syirkah* dimana pemilik aset atau modal dari salah satu pihak menurun disebabkan karena pembelian secara bertahap dari pihak lainnya.³³

³⁰ Zulkifli Rusby, *Manajemen Bank Syariah* (Riau: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017), 37.

³¹ Firdaus Furywardhana, *Akuntansi Syariah Di Lembaga Keuangan Syariah*, 57.

³² Isra Misra, Muhammad Ragil & Muhammad Iqbal Fachreza, *Manajemen Perbankan Syariah* (Yogyakarta: K-Media, 2021), 67-68.

³³ La Ode Alimusa, *Manajemen Perbankan Syariah Suatu Kajian Ideologis Dan Teoritis* (Yogyakarta: Deep Publisher, 2020), 131.

5. *Murabahah*

Murabahah ialah akad jual beli antara lembaga dan anggota, yang mana pihak lembaga membelikan barang yang diperlukan dan menjual ke nasabah yang bersangkutan sejumlah harga pokok yang ditambah *profit* yang disepakati. Pada industri perbankan syariah, *murabahah* ialah akad jual beli antara bank sebagai fasilitator barang dengan nasabah selaku yang melakukan pemesanan pembelian barang, bank mendapatkan *profit* jual beli yang telah disetujui bersama.³⁴

c. Jasa

Selain barang, pembiayaan yang dipraktikkan BMT juga berbasis pada jasa serta pendapatan yang diperoleh berasal dari *fee* pengguna jasa. Adapun beberapa transaksi terkait dengan jasa ini diantaranya yaitu ³⁵:

1. *Ijarah*

Al-Ijarah merupakan suatu akad memindahkan hak guna atas barang ataupun jasa, dengan cara pembayaran upah sewa, tanpa disertai pemindahan kepemilikan dari barang tersebut. Dalam praktiknya kegiatan ini dilaksanakan oleh

³⁴ Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), 164.

³⁵ Euis Amalia, *Keuangan Mikro Syariah*, 28.

perusahaan *leasing*, baik itu untuk kegiatan *financial lease* ataupun *operating lease*.³⁶

2. *Bai ut-Takjiri*

Bai ut-Takjiri atau bisa disebut *ijarah muntahiya bi at-tamlik*, merupakan suatu kontrak sewa yang diakhiri dengan cara penjualan. Pada kontrak ini pembayaran sewa sudah diperhitungkan secara baik sehingga, termasuk pembelian barang secara berangsur.³⁷

3. *Al-Qordh*

Qardh ialah memberikan pinjaman tanpa dikenakan biaya hanya wajib membayarkan utang pokoknya. Memberikan pinjaman uang dengan akad ini sesuai dengan syariah. *Al-Qardh* merupakan pemberian harta kepada seseorang yang bisa ditagih maupun diminta kembali tanpa mengharapkan suatu imbalan.³⁸

4. *Rahn*

Ialah membekukan salah satu harta dari peminjam untuk jaminan dari pinjaman yang telah diterima. Barang yang akan ditahan harus memiliki suatu nilai ekonomis. Sehingga pihak yang menahan akan memperoleh jaminan

³⁶ Ardiansyah Putra dan Dwi Saraswati, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), 105.

³⁷ Euis Amalia, *Keuangan Mikro Syariah*, 29.

³⁸ Aji Prasetyo, *Akuntansi Keuangan Syariah Teori, Kusus & Pengantar Menuju Praktik* (Yogyakarta: CV. Andy Offset, 2019), 242.

untuk mendapatkan kembali seluruh piutang dari peminjam.³⁹ Fatwa DSN MUI /No. 25/DSN MUI/III/2022 mengatakan *rahn* yaitu menahan barang sebagai jaminan atas utang. Dalam fatwa DSN MUI ketentuan akad rahn sebagai berikut :

- 1) Murtahin mempunyai hak untuk menahan Marhun sampai semua utang Rahin dilunasi. Marhun dan manfaatnya tetap menjadi milik Rahin.
- 2) Pada prinsipnya, Marhun tidak boleh dimanfaatkan oleh Murtahin kecuali seizin Rahin, dengan tidak mengurangi nilai Marhun dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.
- 3) Pemeliharaan dan penyimpanan Marhun pada dasarnya menjadi kewajiban Rahin, namun dapat dilakukan juga oleh Murtahin, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban Rahin.
- 4) Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan Marhun tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
- 5) Penjualan Marhun
 - a) Apabila jatuh tempo, Murtahin harus memperingatkan Rahin untuk segera melunasi utangnya.

³⁹ Sony Firmansyah, dkk, Analisis Sistem Pembiayaan *Al-Rahn* Di BMT Sidogiri Kec. Camplong Kab. Sampang, *Iqtisodna : Jurnal Ekonomi Syariah & Hukum Islam*, Vol. 1, No. 1 (2019).

- b) Apabila Rahin tetap tidak dapat melunasi utangnya, maka Marhun dijual paksa/dieksekusi melalui lelang sesuai syariah.
- c) Hasil penjualan Marhun digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan
- d) Kelebihan hasil penjualan menjadi milik Rahin dan kekurangannya menjadi kewajiban Rahin.⁴⁰

5. Pelayanan Zakat dan Shadaqah

Yakni melakukan penggalangan dana zakat, infak dan shadaqah (ZIS) dari masyarakat, serta berkerjasama antara BMT dengan Lembaga Badan Amil Zakat, Infak, dan Shadaqah (BAZIS). Penyaluran dana ZIS ini digunakan untuk pembiayaan yang hanya bersifat membantu.⁴¹

B. Marketing

1. Pengertian Marketing

Pemasaran ialah suatu ujung tombak dari sebuah perusahaan dalam upaya untuk berkembang, meningkatkan keuntungan juga mempertahankan kelangsungan hidup. Dalam memberikan penjelasan pemasaran, para pakar memiliki pendapat serta argumentasi masing-masing walaupun pada hakikatnya memiliki esensi yang sama. Philip

⁴⁰Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqih Muamalah Di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer* (Jakarta: Kencana 2019), 142-142

⁴¹ Euis Amalia, *Keuangan Mikro Syariah*, 29.

Kotler mengartikan pemasaran sebagai suatu proses sosial serta manajerial yang di mana suatu individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan serta keinginan mereka dengan menawarkan, menciptakan, serta menukarkan produk yang berharga buat satu sama lain. Sedangkan, William J. Stanton menginterpretasikan pemasaran sebagai keseluruhan dari seluruh kegiatan bisnis dalam menentukan harga, mempromosikan, merencanakan, serta pendistribusian barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan si pembeli.⁴²

Pemasaran merupakan fungsi dari organisasi serta serangkaian proses dalam menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai pada pelanggan guna mengatur hubungan konsumen dengan cara menguntungkan organisasi serta pihak-pihak yang berkepentingan. Oleh sebab itu pemasaran memiliki peranan penting dalam mengembangkan strategi. Kotler dan Keller menjelaskan, manajemen pemasaran itu terjadi saat satu pihak didalam sebuah perubahan potensial berfikir mengenai cara-cara untuk mendapatkan responden yang diinginkan pihak lain.⁴³

2. Strategi Marketing

Strategi pemasaran ialah suatu elemen terpenting untuk menentukan pangsa pasar. Perusahaan harus mampu menentukan

⁴² Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 39-40.

⁴³ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV. Sah Media, 2019), 1-2.

strategi pemasaran yang tepat, hal tersebut supaya dapat memperoleh keuntungan terbaik dalam jangka pendek maupun pada jangka panjang. Dengan strategi yang baik akan mendorong lebih banyak konsumen yang akan menggunakan jasanya tersebut.⁴⁴ Fungsi pemasaran diantaranya:

- a. Pemasaran merupakan fungsi yang sama yakni memiliki fungsi yang sama besarnya dengan fungsi produksi, SDM, keuangan, serta kepegawaian yang artinya memiliki fungsi kesetaraan dengan yang lain.
- b. Sebagai fungsi yang lebih penting ialah pemasaran mempunyai peranan yang paling besar dibandingkan yang lain.
- c. Sebagai fungsi utama yang dimana pemasaran sebagai sentral dari fungsi kegiatan lainnya.
- d. Sebagai fungsi integratif yang mana pemasaran sebagai pusat integratif dari fungsi lainnya.⁴⁵

3. Bauran Pemasaran Harga

Harga pada dasarnya merupakan jumlah yang dibayarkan oleh pelanggan untuk menikmatinya. Harga ialah komponen penting dalam bauran pemasaran. Hal ini merupakan serangkaian komponen penting dari rencana pemasaran, sebab hal ini menentukan

⁴⁴ Mardia, dkk, *Strategi Pemasaran* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 1.

⁴⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2018), 76.

keuntungan serta kelangsungan hidup perusahaan. Dengan menyesuaikan harga produk akan memiliki dampak yang besar pada keseluruhan strategi *marketing* serta mempengaruhi tingkat dari permintaan dan penjualan produk.⁴⁶

Harga merupakan bagian yang sangat krusial jika produk merupakan komoditas dengan asumsi kualitas yang sama, hal itu dikarenakan harga merupakan suatu alat untuk bersaing. Menurut Monroe lingkungan merupakan faktor utama dalam memberikan penetapan harga. Lingkungan tersebut bisa berupa perkembangan teknologi, adanya produk baru, permintaan yang meningkat, ketidakpastian kondisi ekonomi dll. Kotler dan Keller mengemukakan tujuan atas penetapan harga yakni untuk bertahan hidup yang dimana salah satunya untuk mengikuti keinginan konsumen sehingga jumlah konsumen menaikkan, memaksimalkan *profit*, memaksimalkan pangsa pasar, memaksimalkan *market skimming*, serta kepemimpinan kualitas produk.⁴⁷

4. Bauran Pemasaran Promosi

Promosi merupakan suatu komponen paling penting pada pemasaran, hal itu karena dengan promosi mampu meningkatkan *brand recognition* dan Penjualan. Promosi terdiri atas berbagai macam

⁴⁶ Tengku Firlis Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 13-14.

⁴⁷Hendra Poltak, dkk, *Dasar-Dasar Manajemen Permasaran (Konsep Dan Strategi Pada Era Digital)* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), 180-182.

diantaranya seperti, promosi penjualan, periklanan, penjualan langsung, publisitas, hubungan masyarakat, dll.⁴⁸ William J. Stanton mengatakan promosi merupakan termasuk elemen pada bauran pemasaran yang dimanfaatkan untuk membujuk, mempengaruhi, menginformasikan serta mengingatkan pembeli terkait produk yang dihasilkan.⁴⁹

C. Covid-19

1. Definisi Covid-19

Covid-19 yakni suatu penyakit yang menular diakibatkan oleh jenis corona virus yang baru saja ditemukan. Virus ini termasuk virus jenis baru, selain itu penyakit ini sebelumnya juga belum pernah diketahui sebelum munculnya wabah di Wuhan, China pada bulan Desember 2019.⁵⁰ *Coronavirus* adalah virus RNA dengan berukuran partikel 120-160 nm. Virus ini utamanya menginfeksi hewan, termasuk diantaranya unta serta kelelawar.⁵¹

Virus ini menular lewat kontak langsung melalui percikan dari saluran pernapasan orang yang telah terinfeksi (yang keluar melalui batuk dan bersin). Seseorang juga bisa terinfeksi lewat sentuhan karena menyentuh permukaan yang telah terkontaminasi virus covid-19 yang kemudian ia menyentuh wajahnya (mata, hidung dan mulut). Selain itu

⁴⁸ Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*, 17.

⁴⁹ Ovi Hamdan Sari, *Manajemen Bisnis Pemasaran* (Medan: Yayasan Kita menulis, 2021), 176.

⁵⁰ Anna Yuliana, Ruswanto, dan Firman Gustaman, *Covid-19 Pandemic yang Menyerang Bumi*, 8.

⁵¹ Ahmad Guntur Alfianto, dkk, *Model Asuhan Keperawatan Covid-19 Berdasarkan Teori Betty Neuman (Aplikasi Pada Keperawatan Gawat Darurat Dan Keperawatan Jiwa)* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi), 3.

virus ini juga dapat bertahan diatas permukaan suatu benda selama beberapa waktu, namun bisa dibunuh menggunakan disinfektan.⁵²

2. Gejala Covid-19

Pada umumnya dari gejala Covid-19 yang dialami oleh seseorang yang terinfeksi, yaitu demam, batuk dan sesak nafas. Selain itu gejala lain bisa dialami oleh pasien yang terinfeksi, yakni diantaranya sakit pada tenggorokan, berdahak, nyeri otot, gangguan pencernaan seperti sakit perut, diare, serta hilangnya fungsi dari indra penciuman dan pengecap. Sementara itu sebagian besarnya kasus pasien mengalami gejala yang ringan, akan tetapi pada gejala yang lebih serius bisa berkembang menjadi kegagalan fungsi beberapa organ serta pneumonia.⁵³ Penelitian klinis pada 138 pasien di Wuhan, gejala yang paling banyak dilaporkan demam 98,6%, kelelahan 69,6%, batuk kering 59,4%. Onset gejala hingga hingga kematian antara 6-41 hari (rata-rata 14 hari) tergantung imunitas pasien.⁵⁴

⁵² KKN-DR 155 UIN-SU, *Pendidikan Dan Danwah Di Masa Pandemi Covid-19* (Depok: Guepedia, 2020), 45.

⁵³ Rohadatul Ais, *Komunikasi Efektif Dimasa Pandemi Covid-19 Pencegah Penyebaran Covid-19 Di Era 4.0* (Tangerang: Makmood Publishing, 2020), 38.

⁵⁴ Ahmad Guntur Alfianto, dkk, *Model Asuhan Keperawatan Covid-19 Berdasarkan Teori Betty Neuman (Aplikasi Pada Keperawatan Gawat Darurat Dan Keperawatan Jiwa)*, 4.