

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Bank Syariah

1. Pengertian Strategi Pemasaran Bank Syariah

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.¹ Dalam pemasaran syariaah semua proses dari penawaran sampai perubahan nilai tidak diperbolehkan adanya hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami. Selama tidak bertentangan prinsip muamalah yang islami maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dibolehkan.²

Strategi pemasaran syariah adalah tindakan taktik yang bisa menaungi semua aktivitas aktivitas pada perusahaan, mulai dari proses, membangun, menawarkan sesuai dengan ajaran Islam.³ Pemasaran syariah yaitu dimana suatu perusahaan pada pemasarannya wajib berlaku jujur sesuai dengan kenyataannya serta bagi pembeli, dalam pembeliannya harus karena butuh.⁴

Lingkup dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi dalam kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan

¹ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 5-21.

² Nurul Mubarak & Eriza Yolanda Maldina, “*Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*”, *IEconomic*, 1(3), 2020,16-21.

³ Maisarah Leli, “*Strategi Pemasaran Dalam Prespektif Islam*”, *Jurnal At-Tasyri’iy*, 1(2), 2019, 34-36.

⁴ *Ibid.*

utama dan keharusan untuk dijalankan. Tanpa adanya kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan dari pelanggannya akan terpenuhi. Oleh sebab itu, bagi dunia usaha apalagi seperti usaha perbankan sangat perlu mengemas kegiatan untuk mengemasarnya secara terpadu dan terus menerus melakukan riset pasar. Pemasaran harus dikelola secara profesional sehingga kebutuhan dan keinginan dari pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuskan.⁵

Strategi pemasaran didefinisikan sebagai rencana aksi untuk mencapai tujuan pemasaran perbankan dengan mempertimbangkan segmen pasar yang tepat, menentukan posisi bersaing yang optimal, serta mengembangkan dan mengkomunikasikan produk perbankan yang tepat dengan cara yang efektif dan efisien. Strategi pemasaran perbankan juga harus mencakup rencana pengembangan hubungan dengan pelanggan dan usaha-usaha untuk mempertahankan keunggulan bersaing perbankan di pasar.

Strategi pemasaran Bank Syariah dibagi menjadi 5 unsur, yaitu:⁶

a. Pemasaran Langsung (*Direct Selling*)

Penjualan langsung adalah penjualan produk dalam pengaturan non-ritel. Ini menghilangkan perantara yang terlibat dalam distribusi, seperti grosir dan pusat distribusi regional. Sebaliknya, produk dikirim langsung dari produsen ke perusahaan, kemudian ke perwakilan atau distributor, dan terakhir ke konsumen.

⁵ Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2016), 62.

⁶ Ibid.

b. Pemasaran Media Online

Pemasaran digital juga disebut pemasaran online adalah promosi merek untuk terhubung dengan pelanggan potensial menggunakan internet dan bentuk komunikasi digital lainnya. Ini tidak hanya mencakup email, media sosial, dan iklan berbasis web, tetapi juga pesan teks dan multimedia sebagai saluran pemasaran.

c. *Personal Selling*

Personal selling juga dikenal dengan penjualan tatap muka di mana satu orang yang menjadi salesman berusaha meyakinkan pelanggan untuk membeli suatu produk. Ini adalah metode promosi di mana perusahaan menggunakan keterampilan dan kemampuannya dalam upaya untuk melakukan pemasaran.

d. Publisitas

Publisitas menempatkan perusahaan di depan publik dan media sehingga dapat memamerkan produk, layanan, dan berita perusahaan. Tujuannya adalah untuk menarik anggota audiens target dan membuat mereka mengetahui perusahaan, sehingga mereka ingin terlibat dalam perusahaan tersebut.

e. *Sales Promotion*

Promosi penjualan adalah strategi pemasaran di mana perusahaan menggunakan kampanye atau penawaran sementara untuk meningkatkan minat atau permintaan pada produk atau layanannya.

2. Tujuan Pemasaran Bank Syariah

Perbankan syariah, sebagai pelaku bisnis, juga memiliki fokus pada sistem layanan yang mengarah kepada kepuasan pelanggan untuk menjaga loyalitas pelanggan. Sistem pemasaran syariah juga merupakan serangkaian aktivitas produksi barang/jasa dan proses produk/jasa kepada konsumen yang sesuai dengan prinsip syariah.⁷

Setiap tindakan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan tentu memiliki maksud dan tujuan tertentu. Demikian dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran bank memiliki beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut: ⁸

- a. Memaximumkan konsumsi atau memudahkan dan merangsang konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b. Memaximumkan keputasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah
- c. Memaximumkan pilihan (ragam produk bank) sehingga nasabah memilih beragam pilihan.
- d. Memaximumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien

⁷ Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi. Teori dan Praktik*. (Jakarta, CV. Qiara Media, 2019), 17.

⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2020),15.

B. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Secara profesional, bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang sangat penting dalam era ekonomi modern. Salah satu fungsi vital yang dilakukan oleh bank adalah sebagai perantara keuangan dalam menyalurkan dana dari para penabung kepada para pengusaha. Namun, bank konvensional biasanya menyediakan layanan intermediasi keuangan dengan dasar bunga, baik sebagai beban maupun pendapatan dari aktiva dan kewajibannya. Oleh karena itu, bank syariah mengembangkan alternatif mode dengan cara memobilisasi tabungan dan mendistribusikan dana tersebut kepada pengusaha melalui pembagian risiko dan imbalan, atau dengan melakukan perdagangan komoditas/aset.

Selain itu, bank syariah juga menyediakan layanan lain yang umumnya disediakan oleh lembaga keuangan konvensional, seperti jasa pembayaran, transfer dana, asuransi, dan pengelolaan dana dengan kontrak yang sesuai dengan prinsip syariah. Seiring dengan perkembangan yang pesat, perbankan syariah telah meraih penerimaan yang luas dan berhasil mencapai pasar keuangan di seluruh dunia.⁹

2. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Prinsip-prinsip bank syariah adalah prinsip-prinsip yang berdasarkan pada hukum syariah Islam. Beberapa permasalahan pokok yang tercakup dalam prinsip-prinsip tersebut antara lain:

⁹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2013), 31.

- 1) Prinsip titipan atau simpanan (*Al-wadi'ah*): bank syariah dapat menerima simpanan dari nasabahnya dengan prinsip akad titipan. Bank wajib menjaga keamanan dan keutuhan dana nasabah dan tidak dapat menggunakannya untuk kepentingan bisnis mereka sendiri.
- 2) Prinsip bagi hasil (*Nisbah*): bank syariah dapat memberikan keuntungan kepada nasabahnya dengan prinsip bagi hasil. Keuntungan didapatkan dari pengelolaan dana nasabah yang diinvestasikan dalam bentuk mudharabah atau musyarakah.
- 3) Prinsip Jual Beli (*Al-tijarah*): bank syariah dapat melakukan transaksi jual beli dengan nasabahnya dengan prinsip syariah yang berlaku. Contohnya, bank syariah dapat menjual produk-produk investasi syariah seperti sukuk atau saham syariah.
- 4) Prinsip sewa (*Al-ijarah*): bank syariah dapat memberikan fasilitas pembiayaan dalam bentuk sewa dengan prinsip syariah yang berlaku. Contohnya, bank syariah dapat menyewakan kendaraan atau alat berat kepada nasabahnya.
- 5) Prinsip jasa (*Ujr*): bank syariah dapat memperoleh keuntungan dari jasa-jasa yang diberikan kepada nasabahnya, seperti jasa pengelolaan dana atau jasa perbankan lainnya.¹⁰

3. Kegiatan-Kegiatan Bank Syariah

Kegiatan-kegiatan bank syariah secara lengkap meliputi:

¹⁰ Ibid.

- 1) Menghimpun Dana (*funding*): bank syariah dapat menghimpun dana dari nasabahnya dalam bentuk simpanan atau investasi syariah.
- 2) Menyalurkan Dana (*lending*): bank syariah dapat menyalurkan dana nasabahnya dalam bentuk pembiayaan syariah, seperti mudharabah atau musyarakah.
- 3) Memberikan Jasa-jasa Bank Lainnya (*services*): bank syariah dapat memberikan jasa-jasa perbankan seperti jasa transfer, pembayaran, atau kartu kredit syariah kepada nasabahnya.¹¹

4. Jenis Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

- (a) Bank Umum Syariah (BUS)
- (b) Unit Usaha Syariah, yang selanjutnya disebut UUS
- (c) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).¹²

¹¹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 35.

¹² Muhammad Kurniawan, S. E. M.E.Sy, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Teori dan Aplikasi)* (Jawa Barat: Penerbit Adab, 2021), 35.