

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### TINJAUAN UMUM TENTANG PEMASARAN

#### A. Pengertian Pemasaran Dalam Islam

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Pengertian pemasaran berkembang beriringan dengan perubahan zaman. Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penemuan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai. Definisi ini berpijak pada beberapa konsep inti, seperti kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk-produk (barang-barang, servis, dan ide), biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan networks, pasar dan pemasar, serta prospek.<sup>8</sup>

Pengertian pemasaran menurut M.Syakir Sula adalah sebagai sebuah disiplin bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, perubahan values dari satu insiator kepada stake holdersnya. Yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam.<sup>9</sup>

Kata kunci dalam definisi pemasaran syari'ah adalah bahwa dalam seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses

<sup>8</sup>Dr.Muhammad Firdaus NH, dkk, *Dasar dan strategi Pemasaran syari'ah* (Jakarta: Tim Kreatif Renaninsan, 2005), h.13.

<sup>9</sup>*Ibid*, h.15.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam.

Dalam Islam, pemasaran itu sama dengan wakalah, wakalah secara bahasa berarti perlindungan (*al hafiddz*) , pencukupan (*al kifayah*) , tanggungan (*alladaman*) , atau pendelegasian.

Secara istilah menurut abdurrahman Al Jaziri dalam kitab Fiqh'Ala al-Madzahid al-Arba'ah, adalah tindakan seseorang mewakilkan dirinya kepada orang lain untuk melakukan tindakan-tindakan yang merupakan haknya yang tindakan itu tidak di kaitkan dengan tindakan setelah mati. Sedangkan Sayyid sabiq dalam Fiqhu Al-Sunnah menyebutkan bahwa wakalah adalah pelimpahan kekuasaan oleh seseorang kepada orang lain dalam hal-hal yang boleh di wakilkkan.<sup>10</sup>

Sepanjang hal tersebut dapat di jamin, dan penyimpangan prinsi-prinsip muamalah tidak akan terjadi, maka bentuk transaksi apapun dalam bisnis dibolehkan dalam syari'at islam.

## B. Sumber Hukum Pemasaran Dalam Islam

Dalam konteks wakala yang dibahas adalah yang berkaitan dengan pelimpahan wewenang dari seseorang kepada orang lain dalam mengurus pemasaran dalam suatu perusahaan yang meliputi strategi pemasaran, dan peningkatan value pemasaran.

---

<sup>10</sup>*Ibid, h.19.*

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1. Landasan hukum wakalah yaitu:

## a. Landasan hukum dari Al-Qur'an

Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan yang zalim dalam bisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran, dan proses perubahan nilai dalam pemasaran Allah berfirman dalam surat Sad (38) ayat 24 yang berbunyi:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ  
 لِيَبْغَىٰ بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ  
 مَا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۖ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

Artinya: *Daud berkata: "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.<sup>11</sup>*

Dalam surat Al-Baqarah (2) ayat 283 yang berbunyi:

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَهُ ۗ فَإِنْ أَمِنَ  
 بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۗ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا  
 الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ رِءُوسُهُمْ قُلُوبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

<sup>11</sup>Departemen Agama RI, *al-Quran Dan Terjemahannya*, (Mekar Surabaya : Tri Karya Surabaya, 2004), h. 651.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: *Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. Barang tanggungan (borg) itu diadakan bila satu sama lain tidak percaya mempercayai.*<sup>12</sup>

b. Landasan Ijma'

Wakalah di pandang sebagai sunnah, karena hal itu termasuk jenis ta'awun (tolong menolong) atas dasar kebaikan dan taqwa, yang di perintahkan oleh Alqur'an dan Hadis.

c. Landasan Fiqih

Kaidah ushul menyebut '*al-ashlu fi al mu'amalati al ibahah illa anyadulla daliilun 'ala tahriimiha*' yang berarti, pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh di lakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

2. Rukun Wakalah

Rukun wakalah adalah sebagai berikut:

- a. Ijab dan qabul
- b. *Muwakkil* (yang mewakilkan). Adapun syarat muwakkil adalah:
  - 1) Harus seorang pemilik sah yang dapat bertindak terhadap sesuatu yang ia wakulkan.

<sup>12</sup>*Ibid, h. 60.*



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Orang *mukallaf* atau anak *mumayyiz* dalam batas-batas tertentu, yakni dalam hal-hal yang bermanfaat baginya seperti mewakilkan untuk menerima hibah, menerima sedekah dan sebagainya.

c. Wakil (yang mewakili). Syarat-syarat wakil adalah:

- 1) Cakap hukum
- 2) Dapat mengerjakan tugas yang di wakilkkan kepadanya
- 3) Wakil adalah orang yang di beri amanat

d. Hal-hal yang di wakilkkan, syarat-syaratnya adalah:

- 1) Diketahui dengan jelas oleh orang yang mewakili
- 2) Tidak bertentangan dengan syari'at islam
- 3) Dapat di wakilkkan menurut syari'ah islam

3. Batalnya Wakalah

Helmi Karim dalam buku Fiqih Muamalat, menyebut batalnya wakalah karena beberapa hal:

- a. Salah satu yang akad wafat atau gila
- b. Apabila maksud yang terkandung dalam akad wakalah itu sudah selesai pelaksanaannya atau di hentikan maksud dari pekerjaan tersebut
- c. Diputusnya akad wakalah

Hilangnya kekuasaan atau hak pemberi kuasa atas sesuatu objek yang di kuasakan.

Pada dasarnya hukum pemsaran itu di perbolehkan, asalkan pemsaran tersebut tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi islam, seperti yang di jelaskan dalam firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi:

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكَّمٌ مَا يُرِيدُ ﴿٣٨٨﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu[388]. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.<sup>13</sup>

Dari firman Allah di atas menjelaskan bahwa jangan mengkhianati apa-apa yang telah disepakati dalam bisnis. Rasulullah juga sangat menekankan pentingnya integritas dalam menjalankan bisnis. Apalagi bagi seorang marketing yang menjadi ujung tombak dalam perusahaan.

### C. Strategi Pemasaran

Sebelum menentukan strategi dalam mengeksekusi pasar, sangat penting untuk melakukan riset pasar ini adalah dalam kerangka menciptakan perencanaan yang komprehensif.

Banyak cara dalam melakukan riset pemasaran adalah :

#### 1. Observasi

Observasi ini dilakukan di berbagai tempat, biasa di toko-toko, rumah-rumah penduduk, atau di tempat lainnya. Observasi ini penting untuk melihat sepintas tipikal, kecenderungan, dan bahkan celah yang belum di garap oleh orang lain.

#### 2. Penelitian

Dalam konteks ini adalah melakukan penelitian realitas masyarakat secara mendalam. Seberapa besar daya beli masyarakat secara mendalam

<sup>13</sup>Departemen Agama RI, Op. Cit, h 141.

dan penggunaan produk, penelitian ini bisa dilakukan dengan menggunakan kuesioner, survey, atau wawancara yang mendalam.

### 3. Percobaan-percobaan dalam pemasaran

Beragam percobaan layak untuk dilakukan. Ukuran sukses dan tidaknya pemasaran dapat dilihat setelah dipraktikkan.<sup>14</sup>

#### a. Segmentasi Pasar

Segmentasi juga bisa diartikan sebagai identifikasi kelompok-kelompok customer lain. Segmentasi pasar ini sangat penting untuk mengembangkan faktor keunggulan bersaing berdasarkan diferensiasi, biaya murah, atau fokus.

Allah Swt telah mengajarkan ilmu segmentasi dalam hal membedakan antara yang hak dan yang batil, baik dan buruk, laki-laki dan perempuan, dan membedakan segmentasi suku-suku bangsa yang berbeda-beda.<sup>15</sup>

Manfaat dari segmentasi pasar adalah menyalurkan barang ke pasar potensial yang paling menguntungkan, merencanakan produk yang memenuhi permintaan pasar, menentukan cara-cara promosi yang paling efektif, dan mengatur waktu yang sebaik-baiknya dalam usaha promosi.

Ada beberapa strategi yang dilakukan perusahaan dalam memasuki pasar yaitu :

<sup>14</sup>Dr.Muhammad Firdaus NH, dkk, *Op. Cit*, h.47.

<sup>15</sup>*Ibid*, h.48.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1. *Undifferentiated marketing*

Strategi ini mengandaikan perusahaan melakukan strategi yang sama untuk seluruh pasar, dengan demikian produk yang di hasilkan cenderung bersifat missal, bentuk promosi dilakukan secara besar-besaran, dan perusahaan mendapatkan keuntungan skala ekonomis karena memproduksi dalam jumlah yang sangat besar sehingga biaya produksi perunitnya menjadi sangat rendah.

### 2. *Differentiated marketing*

Pada cara ini perusahaan melakukan pembedaan yang sangat spesifik tergantung pada segmen pasar yang di layani. Konsekuensi yang di timbulkan biasanya adalah biaya produksi tinggi.

### 3. *Concetrtrated marketing*

Strategi ini di lakukan apabila perusahaan ingin fokus pada dasarnya yang relatif sempit, tetapi memiliki pontensi pasar yang sangat luas.<sup>16</sup>

#### b. Brand (merek)

Merek sebenarnya merupakan cermin janji yang di canangkan produsen kepada konsumen atas kualitas produk yang di hasilkan. Kesesuaian antara penggunaan produk (brand experience) dan janji sebuah produk (brand promise) adalah kunci sukses terbangunnya image sebuah merek.

<sup>16</sup>*Ibid, h.50.*



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Philip kotler dalam bukunya *Marketing Insight From A to Z*, menyebutkan beberapa strategi dalam menciptakan brand dan mengembangkannya yaitu :

### 1. Menentukan Merek

Dalam menentukan merek ini harus melihat pangsa pasar, produk yang sudah ada di pasar, dan faktor-faktor lainnya, yang paling penting adalah bagaimana menciptakan sebuah merek yang mudah di ketahui dan menarik bagi customer, tentu tanpa meninggalkan prinsip dasar keselrasan antara *brand promise* dan *brand experience*.

### 2. Menetapkan atribut yang terus melekat pada merek tersebut

Jika merek sebuah perusahaan itu inovatif, maka sebuah perusahaan harus merekrut, melatih dan member penghargaan bagi orang-orang yang inovatif. Semua komponen perusahaan harus mendukung brand inovatif tersebut, baik karyawan, sopir, dan sebagainya.

### c. Service (Pelayanan)

Kesuksesan atau ambruknya perusahaan banyak bergantung pada kesetiaan customer. Semakin banyak customer yang setia, maka semakin sukses sebuah perusahaan, sebaliknya semakin banyak customer yang meninggalkan perusahaan, maka di pastikan tinggal menunggu waktu sebuah perusahaan untuk gulung tikar.<sup>17</sup>

<sup>17</sup>*Ibid*, h.55.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kunci kesetiaan customer itu adalah service (pelayanan) yang di berikan oleh perusahaan. Pelayanan yang bagus akan membuat customer betah untuk menggunakan produk perusahaan tersebut.

Nabi Muhammad Saw telah mengajarkan pada umatnya untuk selalu berbuat baik pada orang lain. Inilah sebenarnya dasar dari pelayanan yang paling optimal. Allah SWT juga telah menguntruksikan untuk senantiasa berbuat baik pada orang lain dalam firmannya pada surat Ali ‘imran ayat 159 yang berbunyi :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا مِن  
حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ  
فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*<sup>18</sup>

## d. Mengukur Kepuasan Customer

Kepuasan customer selalu terkait dengan empat hal :

## 1. Harga

Harga berkaitan dengan beberapa biaya mendapatkan barang dan bagaimana biaya penggunaannya.

<sup>18</sup>Departemen Agama RI, *Op. Cit*, h.159.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Kualitas

Ini senantiasa berkaitan dengan bagaimana kualitas produk. Sesuai dengan yang di iklankan atau tidak. Bagaimana dengan daya tahanya? Bagaimana memperbaikinya jika terjadi kerusakan? Demikian pula ukuran kualitas customer menjadi pertimbangan, apakah kualitasnya sesuai dengan keinginan customer atau tidak.

## 3. Pelayanan

Ukurannya adalah bagaimana pelayanan sebuah perusahaan. Sesuai di janjikan tidak? Dan sesuai atau tidak dengan keinginan customer.

## 4. Pengiriman

Apakah pengiriman pesanan tepat waktu sesuai yang di janjikan? Dan dapatkah secara incidental, barang pesanan dapat dikirimkan sesuai permintaan customer?<sup>19</sup>

### D. Unsur-Unsur Pemasaran Dalam Islam

#### 1. Produksi

Dalam perspektif syari'ah produksi merupakan sesuatu yang penting. Adanya permintaan akan mendorong dunia usaha memproduksi barang memenuhi kebutuhan masyarakat. Barang harus di buat dengan standar yang baik dalam usaha tercapainya peningkatan mutu kehidupan. Menjaga standar produk sambil tetap mengedepankan prinsip halal, bersih dan baik adalah etika bisnis islami.<sup>20</sup>

<sup>19</sup>Dr.Muhammad Firdaus NH, *Op. Cit*, h.47.

<sup>20</sup>Ir. Muhandis Natadiwiryana, MM., M.Si, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta : Granada Pres 2007), cet ke-1, h.83.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di dalam kondisi persaingan, sangat berbahaya bagi suatu perusahaan bila hanya mengandalkan produk yang ada tanpa usaha tertentu untuk pengembangannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan di dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan dan share pasarnya, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk yang di hasilkan ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan pemuas serta daya tarik yang lebih besar.

Salah satu konsep yang sangat bermanfaat dalam memberikan kerangka pemahaman mengenai implikasi strategi dari perubahan-perubahan tersebut terhadap strategi pemasaran adalah konsep siklus hidup produk (*Product Life Cycle = PLC*). Pada prinsipnya, konsep ini mencerminkan pola penjualan sepanjang waktu. Pola tersebut di kelompokkan kedalam empat tahap utama yaitu :

a. Tahap Perkenalan (*Introduction*)

Dalam tahap ini, suatu produk baru di perkenalkan atau di luncurkan ke pasar. Karena belum ada pesaing langsung, maka konsumen harus di didik mengenai jenis produk yang di tawarkan, cara pemakaiannya, tipe konsumen yang di tuju, dan tempat-tempat yang mejualnya.

b. Tahap Pertumbuhan (*Growth*)

Pada tahap ini, produk semakin luas di kenal dan penjualan mengalami pertumbuhan pesat. Ini di karenakan sudah banyak konsumen baru yang membelinya dan kemungkinan pula bahwa konsumen mulai menemukan lebih banyak cara untuk menggunakan



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk bersangkutan. Pertumbuhan penjualan mendorong banyak pesaing untuk memasuki pasar. Oleh sebab itu, peningkatan pangsa pasar merupakan tugas pemasaran yang utama.

c. Tahap Kedewasaan (*Maturity*)

Tingkat pertumbuhan penjualan mencapai titik kejenuhan dalam tahap tahap kedewasaan, karena hampir semua pembelipotensial telah masuk ke pasar. Konsumen semakin cerdas dalam memilih berbagai alternatif merek, pembeli ulang mendominasi penjualan, dan inovasi produk relatif terbatas hanya pada penyempurnaan minor. Akibatnya, hanya pesaing terkuat yang dapat bertahan hidup. Sangat sulit bagi perusahaan yang lemah untuk mendapatkan.

d. Tahap Penurunan (*Decline*)

Penjualan secara perlahan menurun karena adanya perubahan selera konsumen, perubahan teknologi, atau adanya introduksi produk baru yang lebih canggih dan disukai konsumen.<sup>21</sup>

Tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang di tuju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan. Oleh karena itu, strategi produk sebenarnya merupakan strategi pemasaran, sehingga gagasan atau ide untuk melaksanakannya harus datang dari bagian atau bidang pemasaran.<sup>22</sup>

<sup>21</sup>Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dedi Adriana, *Pemasaran Strategi*, (Yogyakarta : CV Andi Ofset, 2008), h.298.

<sup>22</sup>Prof. Dr. Sofjan Assauri, M.B.A, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,2009),h.200.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Harga

Harga adalah jumlah uang (kemungkinan di tambah beberapa barang) yang di butuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.<sup>23</sup>

Dalam konteks islam, penentuan harga di tentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Dan pertemuan antara permintaan dan penawaran itu harus berlangsung secara sukarela ('an taradhiin). Ini bermakna tidak ada yang menganiaya dan dizalimi.<sup>24</sup>

Sebelum terjadi transaksi, idealnya penjual dan pembeli berada pada posisi yang sama, baik menyangkut pengetahuan tentang barang tersebut maupun tentang harga yang berlaku di pasar. Sehingga ketika terjadi *deal* penjual maupun pembeli betul-betul rela dan tidak ada yang teraniaya.

Pengusaha juga di tuntutan untuk menetapkan tingkatan harga yang adil untuk berbagai kualitas barang yang sejenis. Konsumen berhak memperoleh barang yang berkualitas lebih baik untuk harga lebih tinggi, atau dengan kata lain, pengusaha boleh menetapkan harga yang lebih tinggi untuk barang yang memiliki kualitas lebih tinggi.<sup>25</sup>

<sup>23</sup>William J. Stanton, Y. Lamarto, *Op. Cit.h.306*.

<sup>24</sup>Dr. Muhammad Firdaus NH, *Op. Cit, h.24*.

<sup>25</sup>Ir. Muhandis Natadiwirya, MM., M.Si, *Op. Cit, h.85*.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

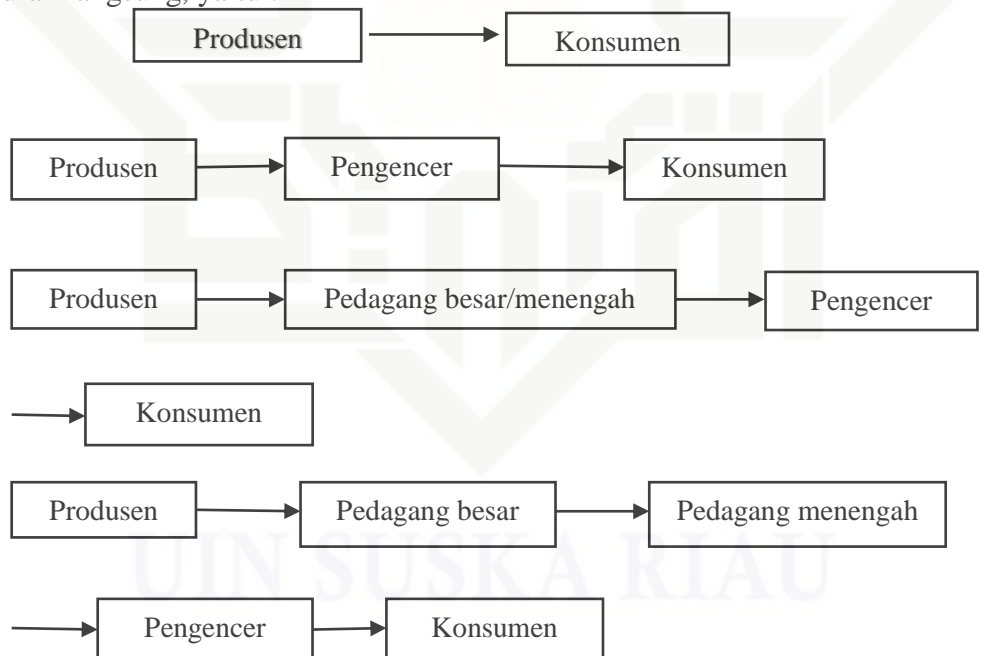
### 3. Distribusi

Saluran distribusi adalah lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang/jasa-jasa dari produsen ke konsumen.<sup>26</sup>

Pengusaha harus menjaga ketepatan waktu penyeraha barang atau *delivery*. Kewajiban menepati janji dalam hal waktu adalah amanat agama. Pengusaha juga harus menjaga kualitas barang yang di salurkan atau di jual, karena pembeli akan rela membayar lebih untuk kulaitas barang yang lebih tinggi.<sup>27</sup>

Bentuk pola saluran distribusi dapat di bedakan atas :<sup>28</sup>

a. Saluran langsung, yaitu :



<sup>26</sup>M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), h.85.

<sup>27</sup>Ir. Muhandis Natadiwirya, MM., M.Si, *Op. Cit*, h.88.

<sup>28</sup>M. Mursid, *Op. Cit* h.234.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Saluran distribusi tidak langsung

Peranan mata rantai saluran distribusi umumnya lebih di tekankan pada kegiatan pemilihan dan penguasaan masing-masing lembaga penyaluran tersebut. Permasalahan yang di utamakan menengah adalah kelncaran penyampaian dan pedagang besar, pedagang menengah, dan pengecer sampai akhirnya ke tangan konsumen. Jadi, saluran distribusi menyangkut aliran produk dan hak milik atau penguasaan atas prsoduk tersebut.

4. Promosi

Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak di kenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan di ketahui manfaatnya dan mungkin tidak di beli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian di pelihara dan di kembangkan.<sup>29</sup>

Dengan adanya promosi di harapkan perusahaan memperoleh kesempatan untuk berkomunikasi dengan pembeli/calon pembeli yang mungkin berkeinginan untuk membeli produk yang akan di jual. Oleh sebab itu, peranan samping untuk merebut pangsa pasar.

Etika yang harus di pertahankan dalam promosi adalah setiap gagasan baru tentang produk harus memenuhi tujuan untuk kemaslahatan masyarakat dan meningkatkan kualitas kehidupan manusia serta tidak merusak lingkungan. Promosi yang memenuhi standar etika bisnis islami

<sup>29</sup>*Ibid.h.265.*



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah promosi yang jujur, benar, seadanya, dan tidak provokatif, tanpa harus mengubah salah satu tujuan promosi yang yaitu membangkitkan minat untuk membeli produk yang di promosikan.<sup>30</sup>

Tujuan promosi dapat dibagi ada 2 yaitu sebagai berikut :

1. Tujuan jangka panjang misalnya membangun nama baik perusahaan, mendidik konsumen dan menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk.
2. Tujuan jangka pendek misalnya menaikkan penjualan, mengumumkan lokasi agen dan mengumumkan perubahan/penyempurnaan produk.<sup>31</sup>

#### E. Pemasaran Menurut Sistem Ekonomi Islam

Pemasaran dapat dikatakan sebagai upaya yang di lakukan agar memudahkan terjadinya penjualan atau perjuangan. Rasulullah Saw adalah orang yang menggeluti dunia perdagangan, sekaligus seorang pemasar (marketer) yang andal. Sebagai pedagang, Rasulullah Saw berpegang pada lima konsep. Pertama, jujur, suatu sifat yang sudah melekat pada diri beliau. Kejujuran ini di iringi dengan konsep ke dua, yaitu ikhlas, dimana dengan keikhlasan seorang pemasar tidak akan tunggang langgang mengejar materi belaka. Kedua konsep ini di bingkai oleh profesionalisme sebagai konsep ketiga. Seorang yang profesional akan selalu bekerja maksimal. Konsep ke empat adalah silaturahmi yang mendasari pola hubungan beliau dengan pelanggan, calon pelanggan, pemodal dan pesaing. Sedangkan konsep kelima

<sup>30</sup>Ir. Muhandis Natadiwirya, MM., M.Si, *Op. Cit*, h.87.

<sup>31</sup>M. Mursid, *Op. Cit* h.245

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah murah hati dalam melakukan kegiatan perdagangan. Lima konsep ini menyatu dalam apa yang di sebut kedua penulisnya sebagai marketing yang nantinya akan melahirkan kepercayaan (trust). Kepercayaan ini merupakan suatu modal yang tidak ternilai dalam bisnis.<sup>32</sup>

Perdagangan dengan kejujuran, keadilan, dalam bingkai ketakwaan kepada sang maha pencipta, merupakan persyaratan mutlak terwujudnya praktek-praktek perdagangan yang mendatangkan kebaikan secara optimal kepada semua pihak yang terlibat. Lebih jauh lagi, dalam melakukan berbagai upaya pemasaran dalam merealisasikan perdagangan tadi seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip islam.<sup>33</sup>

Pemasaran adalah bagian dari aktifitas atau kegiatan jual beli. Pada dasarnya, islam sangat menghargai mekanisme dalam perdagangan. Penghargaan tersebut berangkat dari ketentuan Allah SWT, bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dan dengan rasa suka sama suka (*mutual goodwill*), sebagaimana yang dinyatakan dalam Al Qur'an, Allah SWT, berfirman dalam surat An-Nisa' ayat 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
 تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*<sup>34</sup>

<sup>32</sup>Ir. Muhandis Natadiwiriya, MM, M.Si, *Op. Cit*, h.68

<sup>33</sup>Dr. Muhammad Firdaus NH, *Op. Cit*, h.32

<sup>34</sup>Departemen Agama RI, *Op Cit*.h.107.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ  
فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ  
مِّن قَبْلِهِ لَمِن الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

Artinya: *Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam, dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar Termasuk orang-orang yang sesat. Ialah bukit Quzah di Muzdalifah.*<sup>35</sup> (Q.S Al-Baqarah : 198)

<sup>35</sup>Ibid. h.38.