

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR

A. Kajian Teori

1. Konsep Nilai

a. Pengertian Nilai

Secara sederhana nilai diartikan sebagai sesuatu yang berharga atau dianggap penting.²⁶ Selanjutnya dalam Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, nilai dapat diartikan sebagai hal-hal atau sifat-sifat yang bermanfaat atau penting untuk kemanusiaan. Jika dikaitkan dengan budaya berarti konsep abstrak sehubungan dengan masalah dasar yang bernilai dan sangat penting untuk kemanusiaan. Dan jika dikaitkan dengan Agama, maka berarti konsep tentang penghargaan suatu warga masyarakat terhadap masalah-masalah pokok dalam kehidupan beragama yang suci sehingga merupakan pedoman bagi tingkah laku keagamaan warganya.²⁷

Menurut fraenkel, nilai merupakan sebuah idea tau konsep mengenai sesuatu yang dianggap penting dalam kehidupan ketika seseorang menilai sesuatu, maka orang tersebut menganggap nilai itu penting, bermanfaat atau berharga. Sedangkan menurut Kennet Anderson yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy bahwa nilai merupakan komponen sentral yang membimbing dan memandu tindakan atau kegiatan

²⁶Tim Penyusun Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia : Edisi Ketiga*. 783

²⁷Peter Salim, Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta : Modern English Press, Edisi ke 2 1995). 1035

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.

seseorang.²⁸ Sebagai contoh, seseorang yang menginginkan kekuatan, akan menghubungkan sikap dan kegiatannya dengan nilai sentral, umpamanya zikir-zikir khusus yang berkaitan keyakinan pada Tuhan. Nilai sentral itulah yang menjadi motivasi untuk mendapatkan kekuatan tersebut.

Selanjutnya Syamsul Munir Amin menegaskan bahwa nilai adalah aturan pandangan dan anggapan masyarakat, yang digunakan sebagai pedoman dalam menilai sesuatu dan dalam mengendalikan serta memilih tingkah laku dalam kehidupan sehari-hari. Jika nilai satu dengan nilai lainnya di satukan, maka di sebut dengan tata nilai, yaitu kumpulan nilai-nilai atau norma-norma yang diakui oleh masyarakat, dan digunakan sebagai pedoman dalam menentukan realitas yang ada di sekelilingnya, dan dalam menentukan sikap selanjutnya.²⁹

1.2. Macam-macam Nilai

Syamsul Munir Amin menyebutkan bahwa nilai terbagi menjadi beberapa macam atau kategori, diantaranya :

- a. Nilai etis, yang mendasarkan orientasinya pada ukuran baik atau buruk.
- b. Nilai pragmatis, yang mendasarkan orientasinya pada ukuran berhasil atau gagal.
- c. Nilai affek sensoris, yang mendasarkan orientasinya pada ukuran menyenangkan atau menyedihkan.

²⁸Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. 195

²⁹Syamsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta : AMZAH, Cet. 1, 2008). 56

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.

d. Nilai religius, yang mendasarkan orientasinya pada ukuran halal atau haram, dosa atau tidak dosa.³⁰ Nilai religius juga diartikan sebagai nilai-nilai yang terkandung dalam al-Qur'an dan al-Hadits.

Menurut Muhammad Sulthon, tata nilai Islami yang terdapat dalam al-Qur'an bersifat historis, dinamis, dialektis, dan profetik-transformatif. Nilai-nilai yang terdapat dalam al-Qur'an perlu disesuaikan dengan kenyataan yang ada pada masyarakat (manusia) sebagai pengemban amanah di muka bumi ini.³¹ al-Qur'an itu baru memiliki makna bagi manusia jikalau al-Qur'an itu sudah melekat di dalam fikiran manusia dan diwujudkan dalam tindakan nyata.

Dalam al-Qur'an terdapat beberapa nilai-nilai universal yang berlaku untuk semua manusia. Nilai universal adalah aspek-aspek kesadaran atau kualitas jiwa yang memancar dari diri seseorang. Beberapa nilai-nilai universal yang terkandung dalam al-Qur'an yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan umat, diantaranya sebagai berikut :

a. Nilai Kedisiplinan

Disiplin bukan hanya milik Tentara atau Polisi saja, tetapi menjadi milik semua orang yang ingin sukses. Kedisiplinan tidak diartikan dengan kehidupan yang kaku dan susah tersenyum. Kedisiplinan terkait erat dengan manajemen waktu.³² Bagaimana waktu yang diberikan oleh Tuhan selama 24 jam dalam sehari dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya untuk meraih kesuksesan di dunia dan akhirat.

³⁰Syamsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. 57

³¹Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. 57

³²Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. 203

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.

Secara sederhana disiplin diartikan sebagai menepati waktu, mematuhi aturan yang telah disepakati. Ciri-ciri orang disiplin adalah memiliki kemampuan menepati waktu, menaati aturan-aturan yang disepakati bersama.³³

Agama manapun selalu menuntut umatnya agar bersikap disiplin dalam segala hal. Islam mengajarkan sikap disiplin melalui perilaku ibadah. Dalam ajaran ibadah Shalat dan puasa, kita dilatih betul bagaimana menjadi orang yang disiplin dalam memanfaatkan waktu. Tidak bisa kita melaksanakan Shalat diluar waktu yang telah ditentukan, begitu juga dengan puasa, ada aturan main yang sudah jelas waktunya. Pembelajaran dan pembiasaan yang diajarkan oleh Tuhan untuk memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya mestinya dapat berpengaruh terhadap kedisiplinan seseorang dalam menjalani hidupnya.³⁴

Dalam al-Qur'an banyak sekali ayat yang menyebutkan tentang pentingnya waktu, seperti demi masa (*wal'ashr*), demi waktu dhuha (*waddhuha*), demi waktu malam (*wallaili*), demi waktu fajar (*walfajr*) dan lain sebagainya. Waktu tidak bisa diputar ulang, karenanya amat rugi manakala waktu yang kita jalani hanya dilewatkan begitu saja tanpa memberi makna yang berarti. Pepatah Arab mengatakan "*al-waqtu ka al-shaif*" (waktu bagaikan pedang) artinya jika kita tidak mampu

³³A. Rahmat Rosyadi, *Pembentukan Islam dalam Pembentukan Karakter Anak Usia Dini* (Jakarta : Rajawali Press, Cet.1, 2013). 53

³⁴A. Rahmat Rosyadi, *Pembentukan Islam dalam Pembentukan Karakter Anak Usia Dini*.

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

memanfaatkan waktu, bagaikan kita ditebang pedang, yakni mengalami kerugian dan bahkan kematian.

b. Nilai Kejujuran

Kejujuran adalah memperoleh kepercayaan dari orang lain dengan melaporkan dan menyampaikan sesuatu apa adanya. Orang yang jujur dapat dicirikan dengan kemampuan seseorang untuk mengatakan yang sebenarnya diminta atau tidak diminta tanpa kepentingan apa pun.³⁵

Jujur merupakan salah satu dari empat sifat Rasulullah Saw yang selalu diupayakan terhadap siapa saja, di manapun dan dalam segala hal. Rasulullah merupakan teladan utama dalam kejujuran bahkan beliau memiliki sifat siddiq (jujur). Rasulullah memerintahkan umatnya untuk berlaku jujur :

“Hendaklah kamu semua bersikap jujur karena kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan membawa ke syurga, seseorang yang selalu jujur dan mencari kejujuran akan ditulis oleh Allah sebagai orang yang jujur dan jauhilah sifat bohong karena kebohongan membawa kepada kejahatan dan kejahatan membawa ke neraka. Orang yang selalu berbohong dan mencari kebohongan akan ditulis oleh Allah sebagai pembohong”. (HR. Muslim).³⁶


Kita bisa belajar dari umat yang binasakan oleh Allah akibat tidak jujur dan kejahatan lain yang dilakukannya, yaitu pada bangsa Madyan, sebagaimana firman Allah sebagai berikut :

﴿ وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا ۚ قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ ۗ وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ ۚ إِنِّي أُرْسِلُكُمْ بَيِّرًا وَإِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ ۚ ﴾

³⁵A. Rahmat Rosyadi, *Pembentukan Islam dalam Pembentukan Karakter Anak Usia Dini*.

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.

 وَيَقَوْمٍ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۗ

Artinya: “Dan kepada (penduduk) Madyan (kami utus) saudara mereka, Syuaib. Ia berkata : ‘Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tiada Tuhan bagimu selain Dia. Dan janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan, sesungguhnya aku melihat kamu dalam keadaan yang baik (mampu) dan sesungguhnya aku khawatir terhadapmu akan azab hari yang membinasakan (kiamat). ‘Dan Syuaib berkata : ‘Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan’’. (QS. Hud: 84-85).³⁷

Dari ayat tersebut, ada tiga hal penting yang bisa diterapkan dalam kehidupan kita untuk memberantas ketidakjujuran dan kejahatan lainnya, yaitu :*Pertama*, pelurusan akidah dengan meyakini dan mengikhlaskan ibadah hanya kepada Allah semata. Iman adalah kesadaran untuk menghadirkan Allah dalam diri dan diimplementasikan dalam aktivitas sehari-hari. Hati adalah tempat bersemayamnya iman. Iman lah yang menyinari hati sehingga ia bercahaya. Dalam bahasa Arab yang bercahaya itu disebut nurani. Sehingga hati yang bercahaya diistilahkan dengan hati nurani. Hati nurani itulah yang efektif berfungsi mengontrol pikiran, perkataan dan semua perbuatan. Akan tetapi, apabila hati tidak disinari oleh iman, dia akan gelap, tertutup oleh kekufuran dan kemaksiatan, sehingga tidak dapat efektif menjadi penggerak kebaikan dan alat control dari segala keburukan. Kadangkala orang tertipu, mengaku mengikuti bisikan hati, padahal sebenarnya adalah bisikan syaitan. Tanpa iman yang kuat,

³⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang : PT. Karya Toha Putra Semarang, tt) 340

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

seseorang tidak akan mampu membedakan mana yang bisikan hati, suara kebaikan, dan mana bisikan syaitan, suara keburukan. Oleh sebab itu dalam rangka meningkatkan control internal dari segala kemungkaran, termasuk ketidakjujuran sangat penting sekali usaha-usaha peningkatan iman. *Kedua*, berperilaku jujur dan jangan menyakiti orang lain. Kejujuran masyarakat perlu diawali dari kejujuran yang ada pada individu. *Ketiga*, jangan merusak bumi. Maksudnya bisa diperluas, bukan hanya arti sebenarnya, tetapi bisa dimaksudkan jangan merusak sistem yang sudah dibangun dengan baik, akibat dari perilaku individu yang tidak jujur. Supaya kejahatan individu tidak meluas, maka perlu dibuat sistem kebijakan yang bisa memelihara

c. Nilai Kerja Keras

Siapa yang sungguh-sungguh dialah yang pasti dapat (*man jadda wa jadda*). Pepatah Arab tersebut merupakan hukum sosial yang berlaku universal bagi masyarakat, tidak mengenal etnis, agama maupun bahasa. Orang China yang rajin dan bekerja keras, pasti akan mendapatkan hasil dari kerja kerasnya. Sebaliknya, Umat Islam yang malas, pasti akan menerima hasil yang sedikit karena kemalasannya.³⁸

Allah SWT dalam beberapa ayat mendorong umatnya untuk bekerja keras, sebagaimana terkandung dalam Al-Qur'an surah Al-Insyirah ayat 7 :

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾

³⁸Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. 206

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.

Artinya: “Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain” (QS. Al-Insyirah : 7).³⁹

Dalam ayat lain, Allah juga berfirman :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah sebanyak-banyak supaya kamu beruntung” (QS. Al-Jumu’ah : 10).⁴⁰

Begitu pun, Nabi telah mencontohkan sejak kecil sudah bekerja keras : mengembala Kambing, berdagang, dan berupaya sekuat tenaga untuk membebaskan umat (kaum dhuafa) dari kemiskinan, kebebasan, perbudakan, eksploitasi kaum *aghniya*, dan sebagainya. Nabi mengingatkan kita “Yang paling aku khawatirkan dan takuti terhadap umatku adalah suka membusungkan dada, banyak tidur dan malas bekerja”.

d. Nilai Kebersihan

Umat Islam sangat hapal sekali dengan hadits Nabi yang menyatakan bahwa “Kebersihan adalah sebagian dari Iman” (H.R Muslim). Sayangnya, hapalan tersebut kurang diimbangi dengan praktik di lapangan. Realitas tempat-tempat umum milik umat Islam menunjukkan kurang terjaganya kebersihan, seperti Masjid, Mushallah, Pondok Pesantren, Asrama Haji, Majelis Taklim, dan lain sebagainya. Kebersihan

³⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur’an dan Terjemahnya*.1073

⁴⁰Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur’an dan Terjemahnya*.933

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.

masih dianggap sebagai kewajiban dan petugas kebersihan. Kesadaran dari masing-masing individu untuk menjaga kebersihan masih amat minim.⁴¹

Padahal, umat Islam sering kali diperkenalkan dan dianjurkan untuk menjaga kebersihan. Setiap bahasan pertama tentang Fiqh Islam diawali dengan pembahasan tentang kebersihan seperti menghilangkan hadas besar dan kecil, menggunakan air yang bersih lagi mensucikan , berwudu' dan lain sebagainya. Kebersihan masih dipahami dalam konteks ibadah shalat saja, belum melebar pada menjaga kebersihan tempat tinggal, tempat umum, dan lingkungan sekitar. Allah SWT mengingatkan umat Islam untuk menjaga kebersihan (kesucian) jiwa dan juga kebersihan yang bersifat fisik, dengan symbol untuk membersihkan pakaian. Sebagaimana Firmannya:

يٰۤاَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ ﴿١﴾ فَمَنْ فَاَنْذِرْ ﴿٢﴾ وَرَبِّكَ فَكَبِّرْ ﴿٣﴾ وَثِيَابَكَ فَطَهِّرْ ﴿٤﴾ وَالرُّجْزَ فَاهْجُرْ ﴿٥﴾
وَلَا تَمُنُّنَ تَسْتَكْبِرُ ﴿٦﴾ وَلِرَبِّكَ فَاصْبِرْ ﴿٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang berkemul (berselimut). Bangunlah, lalu berilah peringatan! Dan Tuhanmu Agungkanlah! Dan pakaianmu bersihkanlah. Dan perbuatan dosa tinggalkanlah. Dan janganlah kamu memberi (dengan maksud) memperoleh balasan yang lebih banyak. Dan untuk (memenuhi perintah) Tuhanmu, bersabarlah” (QS. Al- Muddatstsir :1-7)⁴²

Dengan demikian, menjaga kebersihan merupakan nilai dakwah universal yang dapat dilakukan oleh siapa saja, apalagi umat Islam yang jelas-jelas memiliki dasar kuat untuk menjaga kebersihan.⁴³

e. Nilai Kompetensi

⁴¹Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. 201

⁴²Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahnya*. 992

⁴³Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. 207

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

Islam tidak melarang umatnya untuk berkompetisi, karena kompetisi merupakan salah satu motivasi psikologis yang sangat umum dimiliki oleh setiap manusia. Setiap orang akan memiliki motivasi untuk berkompetisi diantara teman-temannya. Meskipun masing-masing individu berbeda-beda dalam tingkatan motivasinya. al-Qur'an telah menganjurkan umat Islam untuk berkompetisi dalam peningkatan Taqwa, sebagaimana firman Allah SWT :

إِنَّ الْأَبْرَارَ لَفِي نَعِيمٍ ﴿٢٢﴾ عَلَى الْأَرَآئِكِ يَنْظُرُونَ ﴿٢٣﴾ تَعْرِفُ فِي وُجُوهِهِمْ نَضْرَةَ النَّعِيمِ ﴿٢٤﴾ يُسْقَوْنَ مِنْ رَحِيقٍ مَخْتُومٍ ﴿٢٥﴾ خَتْمُهُمْ مَسْكُوفٍ ﴿٢٦﴾ وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya: “*Sesungguhnya orang yang berbakti itu benar-benar berada dalam kenikmatan yang besar (syurga). Mereka (duduk) di atas dipan-dipan sambil memandang. Kamu dapat mengetahui dari wajah mereka kesenangan mereka yang penuh kenikmatan. Mereka diberi minum dari khamar murni yang dilak (tempatnyanya). Laknya adalah kesturi, dan untuk yang demikian itu hendaknya orang berlomba-lomba.* (QS. Al-Muthaffifin : 22-26).⁴⁴

Kebanyakan manusia biasanya melakukan kompetisi dalam urusan materi dan dunia yang fana. Oleh karena itu, Rasulullah mengingatkan agar umat Islam tidak berkompetisi secara berlebihan dalam urusan dunia. Hal ini dapat menimbulkan konflik, dengki, rasa iri, dan menjauhkan dari ingat kepada Allah. Sabda Nabi Muhammad Saw bersabda :

“Demi Allah, bukan kekafiran yang aku khawatirkan atas kalian, tetapi aku khawatir kalau dunia disodorkan kepada kalian sebagaimana telah disodorkan kepada orang-orang sebelum kalian. Lantas kalian berkompetisi sebagaimana mereka telah

⁴⁴Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahnya*. 1036-1037

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.

melakukan juga. Akhirnya dunia akan menghancurkan kalian, sebagaimana telah membinasakan mereka semua''. (HR. Bukhari).⁴⁵

Demikianlah nilai-nilai universal yang terkandung dalam sumber ajaran Islam, yakni al-Qur'an dan al-Hadits. Nilai-nilai universal tersebut senantiasa disosialisasikan kepada masyarakat sehingga nilai-nilai tersebut menjadi kebiasaan, tradisi, atau norma yang berlaku di masyarakat. Jika nilai-nilai tersebut telah berkembang dan menjadi norma di masyarakat, maka nilai-nilai Islam telah memasuki tahap institusionalisasi atau pelembagaan.

Menurut Branston dan Stafford, nilai-nilai yang terdapat dalam institusi merupakan nilai-nilai yang dapat menumbuhkan semangat dan perilaku semua orang yang terlibat dalam institusi sehingga mereka dapat menjalankan institusi secara professional. Nilai-nilai tersebut akan saling berbagi antara satu dengan lainnya ketika mereka berinteraksi.⁴⁶

2. Manajemen Pemasaran

Istilah manajemen pemasaran atau marketing management dapat dirumuskan sebagai kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.⁴⁷

⁴⁵Fachruddin. Irfan Fachruddin, *Pilihan Sabda Rasul (Hadits-Hadits Pilihan)*. 11

⁴⁶Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. 211

⁴⁷Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. 130

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

Menurut Philip Kotler, guru besar pemasaran dari Universitas Northwestern Amerika, manajemen pemasaran diartikan sebagai uraian (aktivitas) perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program-program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi.⁴⁸

Bygrave menjabarkan pengertian manajemen pemasaran sebagai kegiatan yang mencakup analisis situasi lingkungan dan peluang pasar, pembuatan sasaran pemasaran yang berisikan pembuatan sasaran pemasaran, formulasi strategi dan taktik pemasaran, serta pembuatan rencana implementasi dan pengendaliannya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran ialah proses merencanakan, pengarahan dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dalam skripsi ini, Penulis lebih memfokuskan pada proses atau kegiatan inti dari pemasaran itu sendiri, yang meliputi proses penetapan atau pemilihan produk, proses penetapan harga, proses distribusi dan proses promosi.

a. Proses Penetapan / Pemilihan Produk

Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan

⁴⁸Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta : Gema Insani Press, Cet.1, 2002). 163

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

pasar.⁴⁹ W.J Stanton menjelaskan bahwa produk ialah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.⁵⁰ Selanjutnya Kotler menambahkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar, untuk diperhaikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide.⁵¹

Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya. Akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntukkan bagi pemuasan kebutuhan dan keinginan (need and wants) dari konsumen.

Keberadaan produk dapat dikatakan sebagai titik sentral dari kegiatan marketing, karena semua kegiatan dari unsur-unsur marketing berawal dan berpatokan pada produk yang dihasilkan. Pengenalan secara mendalam terhadap keberadaan suatu produk yang dihasilkan dapat dilihat dalam bauran produk yang unsur-unsurnya terdiri dari: keanekaragaman atau macam-macam produk, kualitas, desain, ciri-ciri/bentuk produk, dan sebagainya. Oleh karena itu produk dalam arti menyeluruh harus

⁴⁹Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002). 26

⁵⁰Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. 139

⁵¹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. 139

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

memperhatikan dan mempertimbangkan keselarasan unsur-unsur dari bauran produk tersebut agar apa yang diterima oleh konsumen sudah merupakan keseluruhan dari usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen.⁵²

Proses penciptaan, penetapan atau pemilihan produk merupakan salah satu kegiatan penting dalam manajemen pemasaran dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam proses penetapan atau penciptaan produk, Perusahaan harus mampu menciptakan suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta yang mampu memberikan kepuasan paling tinggi terhadap konsumen. Produk yang berkualitas tinggi akan mampu memberikan kepuasan lebih tinggi kepada konsumen.⁵³

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti produk kendaraan bermotor, komputer, alat elektronik atau produk lainnya yang bersifat konkret merupakan contoh dari produk barang. Sementara produk jasa sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan. Ini hal penting dari pemasaran yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Contoh dari produk jasa antara lain pelayanan kesehatan, pangkas rambut, dan produk jasa lainnya. Produk yang dijual atau ditawarkan pada industri

⁵²Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*. 26

⁵³M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung : Alfabeta, 2012). 8

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

perbankan adalah produk yang sifatnya jasa, sehingga pemasar harus mampu melakukan inovasi pemasaran yang cocok untuk pemasaran jasa.⁵⁴

b. Proses Penetapan Harga

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan.⁵⁵ Buchari Alma mengatakan bahwa pengertian harga memiliki kesamaan dengan istilah utility dan nilai. Yang dimaksud dengan utility ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut, dapat memenuhi kebutuhan (needs), keinginan (wants) dan memuaskan konsumen (satisfaction). Sedangkan nilai (value) adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain.⁵⁶

Dalam menentukan kebijakan harga dari suatu produk yang dihasilkan tentunya perlu memperhatikan dan mempertimbangkan secara seksama unsur-unsur yang berkaitan dengan bauran harga yang terdiri dari : daftar harga, rabat, potongan tunai, jangka pembayaran, dan syarat kredit. Selain itu faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. Penetapan unsur-unsur dalam bauran harga dari suatu produk yang dihasilkan merupakan salah satu usaha dari produsen untuk menarik para konsumen agar mau membeli dalam jumlah yang lebih banyak dan mengikat untuk membeli secara kontiniu.

⁵⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 15

⁵⁵Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*. 26

⁵⁶Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. 169

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

Disamping unsur-unsur bauran harga diatas, maka didalam penetapan harga, perusahaan juga harus memperhatikan nilai dan manfaat dari produk yang dihasilkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁵⁷

Penetapan harga seyogyanya dilakukan setelah perusahaan memonitor harga yang ditetapkan pesaing agar harga yang ditentukan kompetitif, tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Dalam kenyataan sehari-hari seringkali kebijakan penetapan harga yang ditentukan oleh pihak produsen ditetapkan dalam 2 (dua) cara, yaitu :harga eceran dan harga grosier.⁵⁸

c. Proses Distribusi

Proses distribusi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjadikan suatu produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat dimana pun konsumen berada.⁵⁹

Oleh karena itu, di dalam penetapan saluran distribusi, produsen atau perusahaan hendaknya memperhatikan unsur-unsur yang terkait dalam bauran distribusi yang terdiri dari : Sistem saluran, daya jangkau, lokasi, persediaan dan transportasi. Dengan memperhatikan unsur-unsur yang terkait dalam bauran distribusi tersebut, maka melalui kegiatan distribusi terhadap produk-produk yang dihasilkan, produsen atau

⁵⁷Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*. 27

⁵⁸Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*. 173

⁵⁹Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*. 27

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.

perusahaan mengharapkan bahwa, melalui aktivitas tersebut, Produsen atau perusahaan mampu :

- a) Menciptakan nilai tambah produk melalui salah satu fungsi pemasaran yang mampu melaksanakan kegunaan bentuk, waktu, tempat dan pemilikan.
- b) Memperlancar arus saluran distribusi fisik dan non fisik yaitu aliran-aliran kegiatan yang terjadi antara lembaga-lembaga saluran yang terlibat di dalam proses pemasaran.

Dengan demikian produsen atau perusahaan harus mampu memilih, menetapkan dan mengatur secara tepat guna sistem saluran distribusi yang digunakan. Disamping itu secara berkala dan berkelanjutan, perusahaan perlu melakukan pengawasan untuk mencegah kelebihan tingkat persediaan, penyimpangan produk pada setiap tingkat saluran serta mengatur kegiatan pengangkutan produk secara efisien dan efektif guna menciptakan kegiatan distribusi yang menguntungkan.⁶⁰

d. Proses Promosi

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas. Promosi di sini terkait dengan besaran biaya promosi dan

⁶⁰Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*.28

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.

kegiatan promosi yang akan di laku kan. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.⁶¹ Jadi tujuan utama kegiatan promosi ini adalah untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan.

Perusahaan harus mampu memutuskan kegiatan promosi apakah yang tepat bagi suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan. Sebab setiap produk memiliki target pasar yang berbeda, sehingga pendekatan promosi yang harus dilakukan pun akan berbeda pula. Selain itu kegiatan promosi harus disesuaikan dengan anggaran promosi yang dimiliki oleh perusahaan.⁶²

3. Perbankan Syariah

Pada hakikatnya Perbankan Syariah diartikan sebagai segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.⁶³

Selanjutnya, Kramen Perwaatmadja dan Muhammad Syahpantonio dalam buku nya Apa dan Bagaimana Bank Islam menjelaskan bahwa Bank Islam (Syariah) adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan Syariah Islam khususnya yang menyangkut tatacara

⁶¹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 16

⁶²M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 16

⁶³ Abu Muhammad Dwiono Koesen Al Jambi, *Ayo ke Bank Syariah* (Jakarta : Pustaka Ar Rayhan, Cet. 1, 2016). 4

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

bermuamalat secara Islam. Dalam tatacara bermuamalat itu di jauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.⁶⁴ Disamping itu, mereka menambahkan bahwa Bank Syariah juga diartikan sebagai bank yang tatacara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan al-Qur'an dan al-Hadits.⁶⁵

Dalam Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dijelaskan bahwa fungsi dari Bank Syariah itu adalah sebagai lembaga intermediasi (*Intermediary Institution*), yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk pembiayaan. Disamping itu keberadaan Bank Syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan layanan jasa perbankan tanpa harus khawatir atas persoalan bunga.⁶⁶

Perbankan Syariah sebagai lembaga ekonomi Syariah yang mengacu pada al-Qur'an dan al-Hadits, maka ada empat prinsip utama yang senantiasa mendasari jaringan kerja perbankan syariah, diantaranya :

- a. Perbankan non riba
- b. Perniagaan halal dan tidak haram
- c. Keridhaan pihak-pihak dalam berkontrak

⁶⁴Kramen Perwaatmadja, Muhammad Syahpantonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam* (Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf, 1992) 1-2

⁶⁵Kramen Perwaatmadja, Muhammad Syahpantonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. 2

⁶⁶Trisadini P. Usanti, Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah* (Jakarta : PT Bumi Aksara, Cet. 1, 2013) 3

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

d. Pengurusan dana yang amanah, jujur dan bertanggung jawab.⁶⁷

Untuk menjamin operasi Bank Islam tidak menyimpang dari tuntunan Syariah, maka pada setiap Bank Syariah hanya diangkat manager dan pimpinan bank yang sedikit banyak menguasai prinsip muamalah Islam. Selain dari pada itu, pada Bank Syariah dibentuk Dewan Pengawas Syariah, yaitu suatu Dewan yang sengaja dibentuk untuk mengawasi jalannya Bank Syariah sehingga senantiasa sesuai dengan prinsip Muamalah dalam Islam.

Perbedaan prinsip manajemen antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional dalam mengharmonisasikan kepentingan penyandang dana, pemegang saham, dan pemakai dana ialah sebagai berikut :

Pada Bank Konvensional, kepentingan penyandang dana adalah diperolehnya imbalan berupa bunga simpanan yang tinggi, sedangkan kepentingan pemegang saham adalah diperolehnya *spread* yang optimal antara suku bunga simpanan dan suku bunga pinjaman (mengoptimalkan *interest difference*). Di lain pihak kepentingan pemakai dana adalah biaya yang lebih murah berupa tingkat bunga yang rendah. Dengan demikian terhadap ketiga kepentingan tersebut sulit diharmonisaikan”. “Sedangkan pada Bank Syariah kepentingan penyandang dana, pemegang saham, dan pemakai dana dapat diharmonisasikan karena dengan sistem bagi hasil, kepentingan ketiga pihak tersebut parallel yaitu memperoleh imbalan bagi hasil sesuai dengan

⁶⁷ Trisadini P. Usanti, Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*. 3

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.

keadaan yang benar-benar terjadi. Untuk itu, manajemen bank akan berusaha mengoptimalkan keuntungan pemakai dana.⁶⁸

4. Nilai-nilai Dakwah Islam dalam Manajemen Pemasaran Syariah

Sebagaimana telah dijelaskan di atas, bahwa jika pengertian nilai dikaitkan dengan dakwah, maka akan dikenal dengan nilai dakwah, yakni nilai-nilai Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan al-Hadits.⁶⁹ Nilai-nilai dakwah bukanlah suatu "barang yang mati", melainkan nilai dinamis yang disesuaikan dengan semangat zaman dan perkembangan ilmu pengetahuan yang ada di masyarakat.

Pada hakikatnya aktivitas dakwah Islam bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai ajaran Islam yang terkandung dalam al-Qur'an dan al-Sunnah serta meningkatkan pemahaman keagamaan dalam berbagai aspek ajarannya agar diaktualisasikan dalam bersikap, berfikir dan bertindak.⁷⁰

Untuk mewujudkan hal tersebut, seorang da'i perlu mengimplementasikan nilai-nilai dakwah dalam dirinya, sehingga pesan-pesan yang akan disampaikannya akan memperhitungkan nilai-nilai dakwah tersebut dan kegiatan dakwah berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Jadi dapat dipahami bahwa nilai-nilai dakwah ialah pandangan yang paling penting atau dasar dalam sebuah aktivitas dakwah yang

⁶⁸ Kramen Perwaatmadja, Muhammad Syahpantonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. 8

⁶⁹ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. 211

⁷⁰ M. Munir, S.Ag, M.Ag, Wahyu Ilaihi, S.Ag, M.A, *Manajemen Dakwah* (Jakarta : Prenadamedia Group,Cet.1, 2006) 2

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.

dilakukan secara sadar dalam rangka menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam kepada orang lain agar mereka menerima dan menjalankan nilai-nilai dakwah yang telah disampaikan tadi yang bersumber pada al-Qur'an dan al-Sunnah.⁷¹

Sementara itu, Syariah Marketing atau pemasaran Syariah merupakan bisnis yang disertai dengan keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah, maka seluruh transaksinya insya Allah menjadi ibadah di hadapan Allah SWT. Disamping itu, dalam Syariah marketing, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun turut pula berorientasi pada tujuan lainnya yaitu keberkahan.⁷² Jadi manajemen pemasaran Syariah merupakan aktivitas manajerial yang berhubungan dengan pemasaran yang dalam keseluruhan prosesnya tidak ada yang bertentangan dengan prinsip dan aturan Syariat. Setiap langkah, aktivitas, dan kegiatannya selalu selalu seiring dengan bisikan nurani, tidak akan ada lagi hal-hal yang bertentangan dengan hati nurani. Dengan kata lain dalam manajemen pemasaran Syariah senantiasa menerapkan nilai-nilai ajaran dakwah Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan al-Hadits dalam setiap aktivitasnya, sehingga setiap kegiatan Syariah marketing tidak menyimpang dari ajaran-ajaran Islam. Pemasaran Syariah, biasanya di terapkan oleh lembaga keuangan yang berbasis syariah, baik yang bersifat perbankan maupun non perbankan. Tujuannya adalah agar segala aktivitas pemasarannya sesuai dengan ajaran Syariah Islam.

⁷¹Skripsi Muhammad Ikhwan, *Nilai-nilai Dakwah Islam dalam Ideologi Partai Keadilan Sejahtera Kota Pekanbaru* (Mahasiswa Manajemen Dakwah, UIN SUSKA RIAU, 2013). 11

⁷²M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 19

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.

Ada beberapa nilai-nilai dakwah Islam dalam manajemen pemasaran Syariah yang mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah Saw, yaitu *Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh dan Istiqamah*.⁷³

- a. *Shiddiq*, artinya memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada satu ucapan pun yang saling bertentangan dengan perebutan. Allah Swt senantiasa memerintahkan kepada setiap orang beriman untuk memiliki sifat *Shiddiq* dan menciptakan lingkungan yang *Shiddiq*. Di dalam al-Qur'an kata *shiddiq* disebut sebanyak 154 kali. Beberapa diantaranya dimuat dalam QS. Ali Imran (3) : 15-17, An-Nisa' (4) : 69, Al-Maidah (5) : 119, dan lain-lain. Ini menandakan pentingnya sikap *Shidiq* bagi perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari.⁷⁴

Jujur merupakan sarana mutlak untuk mencapai kebaikan tatanan-masyarakat. Oleh karenanya, *shiddiq* bukan sekedar wacana pribadi (untuk individu), tapi wacana publik, yaitu perlunya sebuah sistem dan struktur pengelolaan sesuatu yang jujur.

Dalam manajemen pemasaran syariah, seorang pemasar sekalipun tidak boleh melakukan kebohongan atau terlalu melebih-lebihkan atas produk yang dijual hanya demi mengejar target penjualan. Dalam pemasaran syariah seperti pada perbankan syariah, antara nasabah dan pihak perusahaan atau lembaga merupakan mitra sejajar,

⁷³M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 19

⁷⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 25

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

sehingga pihak lembaga bank memperlakukan nasabah seakan-akan sebagai saudaranya sendiri. Hal ini akan berimplikasi bahwa segala saran terkait dengan perencanaan keuangan nasabah didasari pada prinsip saling percaya dan bertujuan untuk memberdayakan nasabah dan bukan memperdaya nasabah.

Dalam kerja dan usaha kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketetapan baik ketetapan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan serta kelebihan produk untuk kemudian dilakukan perbaikan terhadapnya. Dan menjauhkan diri dari perbuatan bohong dan menipu.⁷⁵

- b. *Fathanah*, berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban. *Fathanah* berkaitan dengan kecerdasan, baik kecerdasan rasio, rasa, maupun kecerdasan ilahiyah. *Fathanah* juga menekankan kecerdasan emosional dan spiritual. Seorang pemasar di bank syariah dan lembaga ekonomi non bank syariah lainnya harus paham tentang seluruh produk yang ditawarkan, termasuk kaidah fiqhnya secara dasar. Sifat ini akan menumbuhkan kreativitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.

Sumber daya manusia dalam industri perbankan syariah terutama yang berada di *front linier* harus mengerti mengenai seluruh aspek yang terkait dengan lembaga tersebut sebab merekalah yang menjadi ujung

⁷⁵M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 26

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

tombak perusahaan baik di dalam maupun di luar perusahaan. Masyarakat menjadi sasaran dakwah perusahaan dalam mengembangkan ekonomi syariah, apabila ekonomi syariah dapat semakin berkembang dan diterima di masyarakat maka akan menyebabkan kenaikan jumlah nasabah.⁷⁶

Sifat fathanah yang merupakan perpaduan antara pengetahuan ('*alim*) dan hafalan (*hafidz*) telah berhasil meletakkan Nabi Yusuf a.s dan timnya berhasil membangun Mesir, Allah SWT berfirman :

قَالَ أَجْعَلْنِي عَلَىٰ خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Berkata Yusuf : “Jadikanlah Aku bendaharawan Negara (Mesir), Sesungguhnya Aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan” (QS. Yusuf : 55)⁷⁷

Sifat fathanah pula yang mengantarkan Nabi Muhammad Saw (sebelum di angkat menjadi Nabi) mendapat kan keberhasilan dalam perniagaan yang dilakukannya. Keterampilan dan keahlian yang dimiliki oleh Rasulullah Saw dalam berdagang menjadikannya seorang manajer pemasaran yang handal dari industri perdagangan Siti Khadijah.

- c. *Amanah*, memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan prima dan ihsan (berupaya menghasilkan yang terbaik) dalam segala hal. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap mukmin apalagi yang memiliki pekerjaan terkait dengan pelayanan

⁷⁶M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 26

⁷⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahnya*.357

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

kepada masyarakat. Seorang mukmin ketika mendapatkan amanah akan berupaya melaksanakan dengan sebaik-baiknya.⁷⁸

Sifat amanah mementingkan tanggung jawab yang sangat hakiki dalam hubungannya dengan umat manusia, yang selalu yakin bahwa ada yang selalu mengawasi pelaksanaan tugasnya. Dalam Islam diyakini bahwa setiap tindak-tanduk kita selalu dalam pengawasan malaikat yang senantiasa mencatat kebaikan dan keburukan manusia. Dalam konteks ini lah amanah berkiprah. Allah SWT berfirman :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyumpahkan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah member pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat*” (QS. An-Nisa’ : 58)⁷⁹

- d. *Tabligh*, artinya mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam setiap gerak aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-hari. *Tabligh* yang dengan hikmah, sabar, argumentative dan persuasive akan menumbuhkan hubungan kemanusiaan yang semakin solid dan kuat. Pada hakikatnya, *tabligh* ini berkaitan erat dengan risalah keislaman, yakni soal dakwah dan penyampaian pesan-pesan keilahian. *Tabligh*

⁷⁸M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 27

⁷⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur’an dan Terjemahnya*. 128

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

mencakup semua aspek komunikasi dan interaksi sesama manusia. Tabligh selalu mengharapkan agar orang diajak berbicara bisa mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan ayat-ayat kebesaran Allah SWT.

Seorang pemasar syariah harus memosisikan dirinya tidak hanya sebagai representasi dari perusahaan namun turut pula sebagai juru dakwah dalam pengembangan ekonomi syariah. Masih banyak masyarakat yang belum mengerti tentang ekonomi syariah, dan itulah yang menjadi tugas bagi seorang pemasar syariah untuk menjelaskan sekaligus menjual produk syariah yang akan ditawarkan kepada konsumen.⁸⁰

- e. *Istiqamah*, artinya konsisten. Hal ini memberikan makna seorang pemasar syariah dalam praktik pemasarannya selalu istiqamah dalam penerapan aturan syariah. Seorang pemasar syariah harus dapat dipegang janjinya, tidak diperkenankan seorang pemasar syariah berubah-ubah dalam memberikan janji. Sebab dalam suatu perusahaan syariah konsistensi dari seorang pemasarnya menjadi cermin dari perusahaan tersebut secara keseluruhan.⁸¹

Kelima nilai ini akan mampu melahirkan suatu turunan budaya kerja yang berbeda pada institusi keuangan syariah.

Dalam Pemasaran perlu didasari oleh Nilai-nilai yang terkandung dalam al-Qur'an dan al-Hadits Nabi, seperti nilai-nilai di atas. Salah satu

⁸⁰M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 28

⁸¹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. 28

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

ayat al-Qur'an yang dapat dijadikan pijakan dalam kegiatan pemasaran, yaitu Firman Allah SWT :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha penyanyang kepadamu. (QS. An-Nisa’ : 29)⁸²*

B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis akan mendeskripsikan pada penelitian-penelitian lain yang berbentuk skripsi dan ada relevansinya dengan judul di atas. Adapun penelitian yang hampir mirip dan sama namun berbeda dengan penelitian ini yaitu penelitian yang berjudul :

Pertama, *“Nilai-nilai Dakwah dalam Ideologi Partai Keadilan Sejahtera Kota Pekanbaru”*, Pekanbaru, 2013 karya Muhammad Ikhwan. Skripsi ini membahas tentang nilai-nilai dakwah Islam yang menjadi Ideologi Partai Keadilan Sejahtera. Skripsi ini juga lebih memfokuskan pada penerapan nilai-nilai dakwah Islam dasar seperti nilai Aqidah, syariah dan akhlaq oleh Pengurus Partai Keadilan Sejahtera Kota Pekanbaru.⁸³

Kedua, *“Implementasi Nilai-nilai Islam dalam Manajemen Sumber Daya Manusia di BMT Bina Ihsanul Yogyakarta”*, Yogyakarta, 2010 karya

⁸²Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahnya*.122

⁸³Muhammad Ikhwan, *Nilai-nilai Dakwah Islam dalam Ideologi Partai Keadilan Sejahtera* (Pekanbaru : Skripsi, 2013). 11

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

Ahmad Ajru Ash-Shidiq. Skripsi ini mendeskripsikan tentang penerapan nilai-nilai dasar Islam yang terdiri dari nilai Aqidah, Syariah dan Akhlaq dalam aktivitas Manajemen Sumber Daya Manusia yang meliputi penarikan pegawai baru, seleksi dan penempatan, kompensasi, pelatihan dan pengembangan, produktivitas, dan kesehatan serta keselamatan kerja di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta.⁸⁴

Ketiga, “*Penerapan Nilai-nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*”, Yogyakarta, 2014 karya Siti Rohmah. Skripsi ini menyimpulkan bahwa nilai tauhid, adil, berkehendak bebas, bertanggung jawab dan ihsan adalah aspek dari etika bisnis Islam. Etika bisnis islam ini wajib diterapkan bagi perusahaan yang berbasis Syariah, termasuk hotel Syariah. Kemudian dalam skripsi ini disebutkan bahwa Hotel madani Syariah Yogyakarta telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam meskipun masih kecil dan baru, akan tetapi hotel tersebut bisa berkomitmen untuk menjalankan bisnis secara Syariah.⁸⁵

Berbeda dengan ketiga penelitian di atas, penelitian ini menekankan pada nilai-nilai dakwah yang terdapat dalam institusi atau lembaga yang berlaku universal dan bagaimana penerapannya dalam aktivitas manajemen pemasaran di Bank BNI Syariah Pekanbaru, yang meliputi proses penetapan produk, penetapan harga, proses distribusi dan proses promosi. Dengan tujuan,

⁸⁴ Ahmad Ajru Ash Shidiq, *Implementasi Nilai-nilai Islam dalam Manajemen Sumber Daya Manusia di BMT Bina Ihsanul Fikri* (Yogya Karta : Jurnal Skripsi, 2010). 78

⁸⁵ Siti Rohmah, *Penerapan Nilai-nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta* (Yogyakarta : Jurnal Skripsi, 2014). x

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.

penelitian ini untuk mengkaji bagaimana penerapan nilai-nilai dakwah dalam manajemen pemasaran di Bank BNI Syariah Pekanbaru.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir biasa juga disebut kerangka konseptual. Kerangka pikir merupakan uraian atau pernyataan mengenai kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan.⁸⁶ Kerangka pikir juga diartikan sebagai penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan.⁸⁷ Disamping itu, ada pula yang berpendapat bahwa Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasikan sebagai masalah yang penting.⁸⁸ Kerangka pikir dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat penerapan nilai-nilai dakwah dalam manajemen pemasaran di Perbankan Syariah.

Kerangka pikir dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Pimpinan dan Karyawan menerapkan nilai-nilai dakwah dalam proses penetapan produk
- b. Pimpinan dan Karyawan menerapkan nilai-nilai dakwah dalam proses penetapan harga
- c. Pimpinan dan Karyawan menerapkan nilai-nilai dakwah dalam proses distribusi

⁸⁶Adnan Mahdi, Mujahidin, *Panduan Penelitian Praktis untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi* (Bandung : Alfabeta, 2014). 85

⁸⁷Adnan Mahdi, Mujahidin, *Panduan Penelitian Praktis untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*. 85

⁸⁸Sugiyono. *Motode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2013). 60

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.

- d. Pimpinan dan Karyawan menerapkan nilai-nilai dakwah dalam proses promosi

Dalam penelitian ini, nilai-nilai dakwah yang menjadi pokok kajian penelitian ialah nilai-nilai yang terdapat dalam manajemen pemasaran Bank Syariah secara umum yang terdiri dari nilai *Shiddiq, Fathanah, Amanah, Tabligh dan Istiqamah*. Sebab kelima nilai tersebut merupakan nilai-nilai yang mendasari aktivitas-aktivitas ekonomi terutama aktivitas manajemen pemasaran pada suatu lembaga perbankan Syariah. Sebagaimana dikatakan oleh Zainuddin Ali dalam bukunya *Hukum Perbankan Syariah*, bahwa kelima nilai tersebut merupakan nilai-nilai yang bersifat Mikro yang mendasari aktivitas ekonomi pada perbankan Syariah. Sebagaimana Bank Syariah yang berfungsi sebagai lembaga pengelola dana masyarakat, maka kelima nilai tersebut merupakan nilai dasar yang harus diterapkan dalam setiap aktivitas ekonomi perbankan Syariah. Hal ini disebabkan karena nilai-nilai tersebut menekankan agar Bank Syariah senantiasa melakukan aktivitas ekonomi dalam pengelolaan dana dengan mengedepankan cara-cara yang diperkenankan (halal) serta menjauhi cara-cara yang meragukan (*subhat*) terlebih lagi bersifat dilarang (haram) serta mengedepankan tanggung jawab dan profesional dalam menjalankan aktivitas ekonominya. Sehingga kelima nilai tersebut telah mencakup nilai-nilai Syariah lainnya dalam aktivitas ekonomi pada perbankan Syariah yang dapat menentukan perkembangan Bank Syariah dan lembaga keuangan Syariah lainnya.⁸⁹

⁸⁹ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010). 80

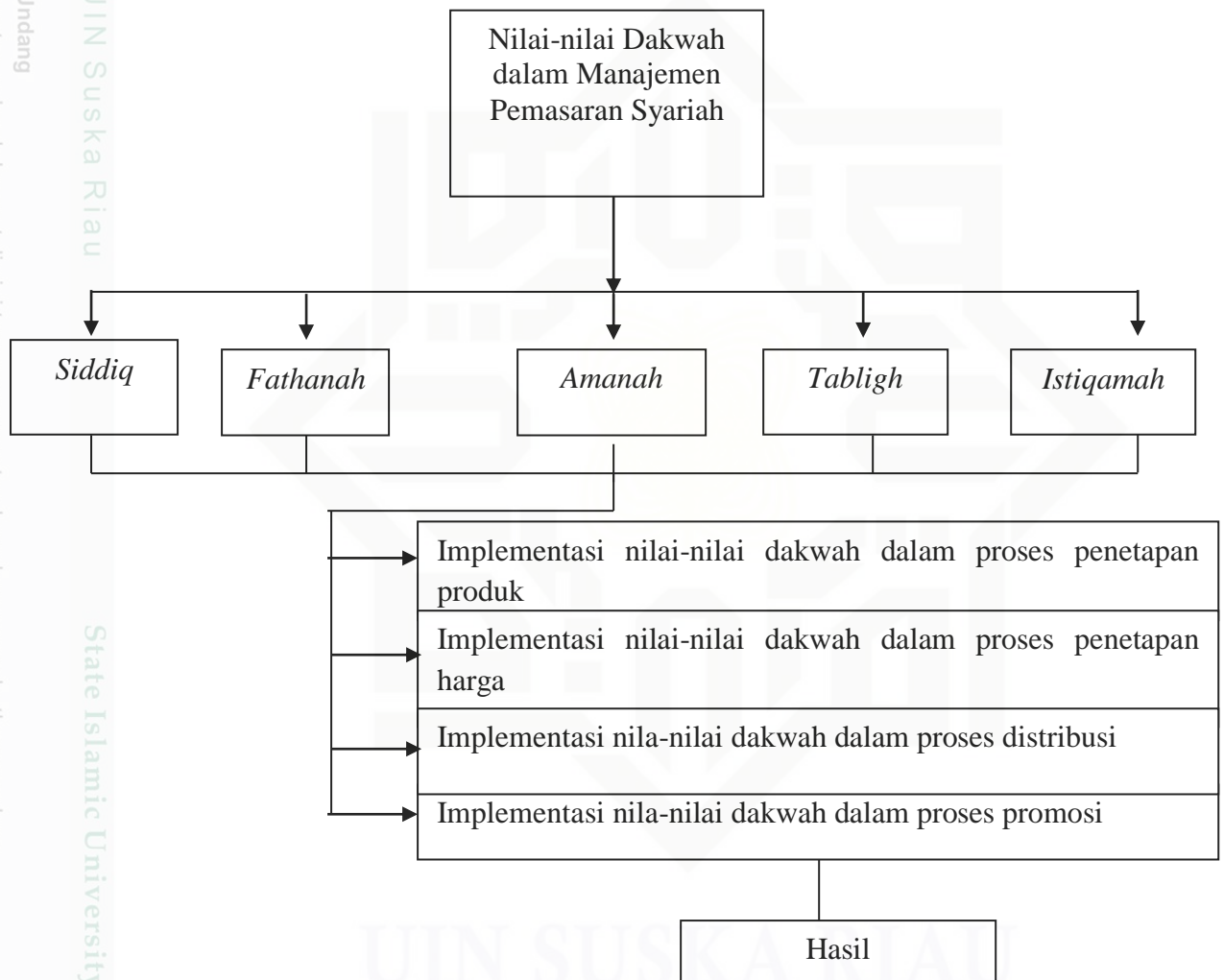
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Oleh karena itu, kerangka pikir atau kerangka konseptual yang digunakan untuk mengetahui implementasi nilai-nilai dakwah dalam manajemen pemasaran di Bank BNI Syariah cabang Pekanbaru juga dapat dijabarkan dalam bentuk bagan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Skema Kerangka Pikir Penelitian