

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Menurut George Stainer dan Milner Strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan implementasi secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi tercapai.¹⁷ Adanya strategi dalam konsep pemasaran sangat penting karena dengan strategi, pemasaran dapat berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan. Seperti pemasaran produk, segmentasi pasar, target atau sasaran, dan posisi pasar. Dengan strategi, perusahaan dapat mewujudkan rencana-rencana yang telah dirancang untuk mencapai tujuan bisnis.

Strategi adalah rencana yang mengintegrasikan tujuan utama perusahaan, kebijakan, keputusan, dan urutan tindakan yang dilakukan secara komprehensif dan kohesif. Strategi ini dapat diterapkan di semua tingkatan dalam sebuah organisasi yang berkaitan dengan area fungsional manapun dari lingkup manajemen (strategi produksi, keuangan, pemasaran, personalia). Jika kita melihat secara khusus pada pemasaran, maka mungkin ada strategi penetapan harga, produk, promosi, distribusi, riset pemasaran, penjualan, periklanan, dan merchandising.¹⁸ Strategi berkaitan dengan efektivitas daripada efisiensi dan merupakan proses menganalisis lingkungan dan merancang kesesuaian antara

¹⁷ Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran : Teori & Strategi*, (Lombok: Forum Pemuda Aswaja, 2020), hlm. 31.

¹⁸ I Wayan Ruspenti, Firman Syakri, Adi Sofyana., *Manajemen Pemasaran : Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0.*, (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2022), hlm. 13.

organisasi, sumber daya dan tujuan serta lingkungan. Proses strategis mengacu pada cara di pengelolaan produk yang akan memuaskan kebutuhan pelanggan.

2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu di lakukan oleh perusahaan baik perusahaan barang atau perusahaan jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Pemasaran merupakan sebuah konsep (*marketing concept*) dan dalam penerapannya menggunakan beberapa falsafah. Konsep pemasaran tersebut dapat dicapai dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Tujuannya untuk memberi kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen harus menyusun kebijakan produk, harga, promosi, dan distribusi yang tepat sesuai dengan keadaan konsumen sarannya (*target market*)¹⁹

¹⁹ Ngatno, *Manajemen Pemasaran*, (Semarang: EF Press Digimedia, 2017), hlm. 20.

3. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, lokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.²⁰

Strategi Pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa yaitu produksi, pemasaran, dan konsumen.²¹

Pengusaha yang berhasil dan mampu menarik pelanggan yang banyak adalah mereka yang pandai dalam menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi konsumen dan persaingan yang terus muncul dalam memperebutkan konsumen. Setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasarannya sendiri. Fungsi dari strategi pemasaran yakni mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Strategi pemasaran memadukan kegiatan-kegiatan yang menyangkut penjualan (*sales*), pemasaran (*marketing*), periklanan (*advertising*), humas (*public relation*), dan jaringan (*networking*). Tiap komponen dari keseluruhan strategi pemasaran ini

²⁰ Farida Yulianti, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 6.

²¹ Marissa Grace, *Strategi Pemasaran : Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 202), hlm. 34.

mengandung suatu maksud tertentu, menawarkan manfaat-manfaat khusus, dan saling mengisi dengan komponen lainnya. Semua komponen harus seiring guna memperluas citra (*image*), memperkuat merek (*brand*), dan meyakinkan keunikan perusahaan.²²

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, lokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran yaitu :

- a. Daur hidup produk. Strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup, yaitu tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.
- b. Posisi persaingan perusahaan di pasar. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.
- c. Situasi ekonomi. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.

4. Pemasaran dalam Islam

Menurut Baker Ahmad Alserhan, pemasaran Islam ialah bagaimana perilaku pasar orang Islam dibentuk berbagai konsep religious dan budaya yang mempengaruhi keputusan ekonomi dalam pasar.²³ Pada dasarnya hakikat pemasaran bertujuan memberikan kepuasan pada konsumen, meskipun demikian pemasaran juga mendapat segmentasi sebagai tempat bagi para produsen mengeruk keuntungan yang sebesar-

²² Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran : Teori dan Strategi*, (Lombok: Forum Pemuda Aswaja, 2020), hlm. 31.

²³ Dhika Amalia kurniawa, *Pengantar Pemasaran Islam*, (Ponorogo: Lembaga Penerbitan Universitas Darusalam Gontor, 2018), hlm. 63.

besarnya dari para konsumenn. Tidak heran jika masih banyak konsumen yang menajadi korban iklan dan membeli barang yang sebenarnya tidak di butuhkan. Didalam Al-Qur'an banyak dijelaskan tentang etika pemasaran misalnya dalam perdagangan halal, bersikap simpatik dalam menetapkan harga, bersikap profesional, bersikap lemah lembut, bersaing secara sehat serta transparan dalam berpromosi. Pemasaran pada zaman Nabi memang belum berkembang seperti sekarang ini, di mana seluruh produsen telah menggunakan alat yang serba modern, media internet, televisi, radio, brosur dan lain-lain. Dalam istilah manajemen sifat dari Nabi dapat diterjemahkan sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali dan *supervise*.²⁴

Etika pemasaran dalam Islam didasarkan pada perintah-perintah Al-Qur'an di mana pada surah An-nisa, dijelaskan larangan memakan harta sesamanya keculai dengan jalan perniagaan saling suka sama suka ayat 29 yang berbunyi :

"يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا."

Yang artinya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, keculai dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa:29).*

Tafsiran-tafsiran Qs. An-Nisa ayat 29 :

a. Tafsir Ibnu Katsir

Ayat ini mengandung tentang larangan memakan harta sesame dengan jalan yang batil, di mana didalamnya terdapat bahaya bagi mereka, baik bagi pemakannya maupun orang yang diambil hartanya, Allah SWT menghalalkan kepada mereka

²⁴Sigit Herman, *Buku Manajemen Syari'ah dan Resiko*, (Surabaya: UMSIDA Press, 2017), hlm. 78).

semua bermaslahat bagi mereka seperti bentuk perdagangan dan berbagai jenis usaha dan keterampilan. Disyaratkan suka sama suka dalam perdagangan tersebut untuk mewujudkan bahwa akad perdangannya bukan akad riba, karena riba bukan termasuk akad perdangan. Dan belah dua pihak antara penjual dan pembeli harus saling suka dan melakukan atas dasar pilihan bukan paksaan. Termasuk sempurnanya suka sama suka adalah barangnya diketahui dan bisa diserahkan, jika tidak dapat diserahkan mirip dengan perjudian.²⁵

b. Tafsir Al- Jalalain (Jalaluddin As- Suyuti dan Jalaluddin Al- Mahalli)

Dan Allah SWT melarang kita memakan harta dengan cara yang batil yaitu suatu cara yang mengandung marabahaya atas diri kita, terhadap yang memakannya dan yang mengambilnya. Sebagai umat muslim, diwajibkan untuk menghindari perbuatan yang batil, karena kata batil sendiri berlawanan dengan kebenaran, karena ia bermkna perbuatan sia-sia dan rusak. Larangan dalam surah An-Nisa ini sebagai penyelamat bagi diri kita sendiri dan orang lain, karena Allah SWT telah menawarkan salah satu cara untuk mendapatkan harta dengan cara yang halal yaitu melalui perdagangan. Setiap perdagangan di perbolehkan dengan prinsip suka sama suka, maksud suka sama suka disini dengan cara ijab qobul di mana tidak sah akadnya jika tidak ijab qobul yang dimaksud ijab qobul disini di mana ada penjual dan pembeli yang saling mengucapkan contohnya pembeli mengatakan saya ingin membeli A, lalu penjual menjawab saya terima maka akad tersebut dikatakan sah.²⁶

c. Tafsir An-Nafasi

²⁵ Al- Yamani, Muhammad ibnu Ali ibnu Muhammad ibnu Abdullah Al-, *Tafsir al- Azim*, (Mesir: Dar al- Kutub al- Ilmiah, 2004), jilid II, hlm.114.

²⁶ Sulaiman bin Umar Al- Jamal, *Futuhatul Ilahiyah bi Taudhihi Tafsir Jalalain*, (Beirut: Darul Kutub Ilmiah : 2018), juz II, hlm. 42.

Menyebutkan maksud dari larangan makan harta sesama secara batil adalah dengan sesuatu yang tidak dibolehkan Syari'ah seperti mencuri, menipu, judi, rampasan, atau segala akad yang mengandung dengan riba, kecuali dengan perdagangan yang saling suka dan rela. Perdagangan yang dimaksud bukan sekadar menjual dan membeli barang tertentu, tanpa mempedulikan kondisi pembeli, perdagangan yang harus dilakukan ialah saling suka dan rela (*'an taradin minkum*). Kata *'an taradin* merupakan sifat dari *tijarah* sehingga kalimat ini menunjukkan antara kedua belah pihak sama-sama rela untuk melakukan aktifitas perdagangan, semisal jual beli, sewa-menyewa, kerja sama dan sebagainya. Yang dimaksud disini suka sama suka adalah *ijab* dan *qobul*. Artinya, *ijab* adalah sebuah pernyataan kesediaan dari pemilik barang atau jasa untuk melepas atau memindahkan kepemilikannya kepada orang lain. Sedangkan *qobul* adalah pernyataan persediaan menerima barang atau jasa dari orang lain. Ketika *ijab* dan *qobul* dinyatakan di dalam satu majlis, maka kedua belah pihak sama-sama ridha (suka). Oleh sebab itu, segala bentuk perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka dibolehkan atau dihalalkan. Disamping larang transaksi, penggalan ayat selanjutnya menunjukkan bentuk larangan lain yaitu larangan membunuh diri sendiri, membunuh dirimu dalam arti siapapun dari jenismu sendiri dari orang-orang mukmin karena orang mukmin itu seperti saudara. Makna dari kata membunuh (*al-qat*) adalah memakan harta dengan cara yang zalim. Sama artinya ia menzalimi diri sendiri atau mencalakai dirinya. Oleh sebab itu Allah SWT melarang kita untuk mengikuti hawa nafsu (keserakahan) yang membuat kita terdorong untuk menzalimi orang lain.²⁷

²⁷ Wahbah Az-Zuhaili, *Tafsir Munir*, (Madinah: Maktabah al-Ulum wa al-Hikam, 2000), hlm.33

Dalam surah lain Al-Baqoroh ayat 275 dimana menjelaskan tentang menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba :

"الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَاتَّهَىٰ
عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ."

Artinya: orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melankikan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata, sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, maka bagian apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya terserah kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni nereka, mereka kekal didalamnya. (Q.S. Al-Baqoroh : 275)

Tafsiran-tafsiran Surah Al-Baqoroh ayat 275:

a. Tafsir Al- Jalalain (Jalaluddin As- Suyuti dan Jalaluddin Al- Mahalli)

Riba adalah tambahan dalam muamalah dengan uang atau makanan, baik mengenai banyaknya maupun waktunya, dijelasakn dalam potongan ayat ini mengenai riba tidaklah bangkit dari kubur-kubur mereka (seperti bangkitnya orang yang kemasukan setan). Padahal di potongan itu Allah SWT menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Unsur pemanfaatan kesempatan dalam kesempitan, hilangnya harta dan kehancuran, maka siapa saja yang telah sampai padanya larangan Allah terkait riba, lalu dia menghindarinya, maka baginya keuntungan yang telah berlalu sebelum ketetapan pengharamannya. Tidak ada dosa atas dirinya dan urusannya dikembalikan kepada Allah terkait apa yang telah terjadi pada dirinya pada masa akan datang. Apabila dia berkomitmen terus atas taubatnya, maka Allah tidak menghilangkan pahala orang-orang yang berbuat baik. Dan barang siapa kembali pada praktek riba dan menjalankan

setelah sampai kepadanya larangan Allah tentang itu, maka sungguh dia pantas memperoleh siksaan dan hujjah yang telah tegak dihadapannya dimana firman Allah “ maka mereka adalah para penghuni neraka, dan mereka akan kekal didalamnya”.²⁸

b. Tafsir Ibnu Katsir

Menjelaskan bahwa ayat ini berbicara tentang orang-orang yang terlibat dalam riba (bunga atau keuntungan dalam transaksi). Potongan ayat ini memberikan peringatan kepada orang-orang yang terlibat di dalamnya. Orang-orang yang terus menerus terlibat dalam riba akan menghadapi konsekuensi yang buruk. Mereka akan di bangkitkan pada hari kiamat dalam keadaan seperti orang disentuh oleh setan lantaran mereka menyatakan bahwa perdagangan itu sama dengan riba. Mereka akan terasa terganggu dan bingung, dan tidak akan mampu membedakan antara yang baik dan yang buruk. Mereka juga akan mendapatkan siksa yang pedih di akhirat. Sesuatu yang sangat tercela dan di larang dalam Islam. Allah SWT dan Rasulnya dengan tegas melarang praktik Riba. Dan juga menjelaskan bahwa riba merusak masyarakat dan menciptakan ketikdadadilan. Oleh karena itu, umat muslim dianjurkan untuk menjauhi riba dan menghindari segala sesuatu bentuk transaksi yang melibatkan riba. Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.²⁹

c. Tafsir Al-Qurtubi (Imam Al-Qurtubi)

²⁸ Abu Hasan, Ali ibn Muhammad ibnu Habib Al- Basri Al-Baghdadi, *Tafsir Al-Mawardi: al-Nukat wa al-Uyun*, (Beirut Libanon: Dar al-Kutub Al-Ilmiyyah,), jilid 6, hlm. 41.

²⁹ Al-Thabari, Muhammad ibnu Jarir ibnu Yazid ibnu Katsir ibnu Ghalib Al-Amili Abu Ja'far, *Tafsir Al-Qur'an Al-Azim*, (Mesir: Dar Al Taufiqiyah li Al -Taurats, 1984), hlm.5

Imam Al-Qurtubi menjelaskan pada surah Al-Baqarah ayat 275 bahwa ayat ini menegaskan larangan terhadap riba (bunga) dalam Islam. Riba merupakan suatu bentuk eksploitas dan ketidakadilan dalam transaksi keuangan. Ayat ini menunjukkan bahwa mereka yang terlibat dalam riba tidak akan berdiri di hadapan Allah SWT di hari kiamat kecuali seperti orang yang dipukuli oleh setan menjadi gila. Hal ini menggambarkan betapa besarnya dan beratnya hukuman bagi orang-orang yang terlibat dalam riba. Imam Qurtubi juga mencatat bahwa ayat ini menyebutkan perbedaan antara riba dan perdagangan yang halal. Beberapa orang yang terjerumus dalam riba berusaha membenarkan tindakan mereka dengan mengatakan bahwa perdagangan tidak berbeda dengan riba. Namun, Allah SWT telah mengizinkan perdangan yang sah dan melarang riba. Ayat ini menegaskan bahwa mereka yang telah menerima peringatan dari Tuhan dan berhenti terlibat dalam riba, akan diampuni dosa-dosa masa lalu mereka. Namun, bagi mereka yang tetap terlibat dalam riba, mereka akan menjadi penghuni neraka dan tinggal di sana selamanya. Dalam tafsirnya, Al-Qurtubi juga menyoroti pentingnya memahami larangan riba dan menjauhinya kehidupan ekonomi muslim. Beliau menegaskan bahwa riba merusak masyarakat, menciptakan ketidakadilan, dan mengganggu stabilitas ekonomi. Oleh akrena itu, ia mendorong umat muslim untuk terlibat transaksi yang adil dan menjauhi riba.³⁰

³⁰ Qazwainī, Muḥammad ibn Yazīd Abū ‘Abdillāh. Sunan Ibn Mājah, *Tafsīr Al-Kitāb al-Majīd*, (Beirut: Al-Daral-Tunisiah, 2000), jilid30, hlm 67.

Dalam hadis juga dijelaskan mengenai pemasaran dalam syariah Islam di
anna pada zaman Rosulullah dulu dijelaskan mengenai penipuan dalam jual beli
yang mana haditnya yaitu:

" حَدَّثَنِي يَحْيَى بْنُ أَبِي وَفْتَيْبَةَ وَابْنُ حُجْرٍ جَمِيعًا عَنْ إِسْمَاعِيلَ بْنِ جَعْفَرٍ قَالَ ابْنُ أَبِي حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ
قَالَ أَخْبَنِي الْعَلَاءُ عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ
فَادْخُلُ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ أَصَابِعَهُ بِلَالًا فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ أَفَلَا
جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَمَا يَرَاهُ النَّاسُ مِنْ عَشٍ فَلَيْسَ مِنِّي " (رواه مسلم).³¹

Yang artinya : *telah diceritakan kepada kami Yahya bin Ayyub dan Qutaibah serta
ibnu Hujr semuanya dari Ismal Ja'far, ibnu Ayyub berkata : telah menceritakan
kepada kami Ismal dia berkata: telah mengabarkan kepadaku al-Ala' dari
bapaknya Abu Hurairah bahwa Rasulullah SAW melewati setumpuk makanan,
lalu beliau memasukkan tangannya kedalamnya, kemudian tangan beliau
menyentuh suatu yang basah, maka beliau bertanya: apa ini wahai pemilik
makanan? Sang pemilik menjawab: makanan tersebut terkena air hujan wahai
Rasulullah. Beliau bersabda: mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian
makanan agar manusia melihatnya. Barang siapa yang menipu maka dia bukan
dari golongan kami. (HR. Muslim).*

Penjelasan dari hadist tersebut:

- a. Al-Qardhawi menjelaskan sikap menipu sangat dikecam oleh Rasulullah SAW.
Bahkan beliau memberikan ancaman kepada para penipu dianggap bukan dari
golongannya, sebagaimana sabdanya: “barang siapa yang menipu, maka tidak
termasuk dalam golonganku.” Menurutnya, perkataan “tidak termasuk
golonganku” ini menunjukkan bahwa menipu (curang) adalah dosa besar
sehingga Rosulullah SAW tidak mengakui orang yang melakukan penipuan
sebagai bagian dari umatnya. Hadis ini mencangkup seluruh sifat curang dalam
jual beli, *syirkah*, sewa menyewa, dan dalam berbisnis. Memberitahukan cacat
barang yang dijual kepada calon pembeli perlu dilakukan karena hal itu

³¹ Abi Muslim bin al-Hajjal al-Qusyairi an-Nisaburi, *Shahih Muslim*, Hadist no. 147, hlm. 123.

merupakan kejujuran. Hal ini sebagaimana dilakukan oleh sahabat jabir bin Abdullah ra. Yang selalu memperlihatkan kekurangan barang yang dijualnya kepada calon pembeli, dengan berkata “ jika kamu mau ambilah dan jika tidak, tinggalkanlah”. Seorang pembeli berkomentar, “ jika kamu berbuat demikian, niscaya tidak seorangpun membeli barangmu.” Jabir berkata, “ aku telah berbaiat kepada Rosulullah SAW berlaku jujur kepada setiap muslim.³²

5. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran

Secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya

- a. Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan, jadi strategi pemasaran berupaya untuk memotivasi manajemen perusahaan agar berpikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Hal ini sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan perusahaan di masa mendatang. Penting bagi perusahaan untuk mengikuti ritme pasar, namun terkadang perusahaan juga harus memiliki gebrakan dengan sesuatu yang baru.
- b. Koordinasi pemasaran yang lebih efektif, jadi setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasarannya sendiri. Strategi pemasaran ini berfungsi untuk mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.
- c. Merumuskan tujuan perusahaan, jadi para pelaku usaha tentunya ingin melihat dengan jelas apa tujuan perusahaan mereka. Dengan adanya strategi pemasaran maka pelaku usaha akan terbantu untuk membuat detail tujuan yang akan dicapai, baik jangka pendek maupun jangka Panjang.

³² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: GemaInsani Press, 1997), hlm. 178.

- d. Pengawasan kegiatan pemasaran, jadi dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja para anggotanya. Dengan begitu, pengawasan kegiatan para anggota akan lebih mudah dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif.

Secara umum, setidaknya ada 4 tujuan Strategi Pemasaran, diantaranya adalah

- 1) Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antara individu dalam tim pemasaran
- 2) Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan
- 3) Sebagai alat logis dalam pengambilan keputusan pemasaran
- 4) Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran³³

6. Konsep Strategi Pemasaran

Banyak ahli pemasaran mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci utama dari konsep pemasaran dan marketing strategi. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai karakteristik dan kesanggupan masing-masing. Pada dasarnya tujuan akhir dari marketing itu tetap akan bermuara pada pencapaiannya kepuasan konsumen. Berikut ini adalah 5 konsep strategi pemasaran :

a. Segmentasi pasar

Setiap konsumen pasti memiliki kebutuhan dan kebiasaan yang berbeda. Perusahaan harus melakukan klasifikasi pasar yang sifatnya heterogen menjadi satu-satunya pasar yang bersifat homogen.

b. Market Positioning

³³ Iwan Ruspenti Junaedi, *Manajemen Pemasaran*, (Banjaran: Eureka Media Aksara, 2022), hlm. 6.

Tidak ada perusahaan yang bisa menguasai seluruh pasar, itulah alasan mengapa perusahaan harus punya pola spesifik untuk mendapatkan posisi kuat dalam pasar, yaitu memilih segmen yang paling menguntungkan.

c. Market Entry Strategy

Ini adalah strategi perusahaan untuk bisa masuk pada segmen pasar tertentu. Beberapa cara yang sering dilakuakn adalah :

- 1) Membeli perusahaan lain
- 2) Internal Development
- 3) Kerjasama dengan perusahaan lain

d. Marketing Mix Strategy

Marketing Mix adalah kumpulan dari beberapa variable yang telah digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Beberapa variable tersebut diantaranya :

- 1) *Product*
- 2) *Price*
- 3) *Place*
- 4) *Promotion*
- 5) *Participant*
- 6) *Process*
- 7) *People*
- 8) *Physical Evidence*

e. *Timing Strategy*

Pemilihan waktu dalam melakukan pemasaran juga sangat penting untuk diperhatikan.

Perusahaan perlu melakukan berbagai persiapan yang baik di bidang produksi, dan menentukan waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar.³⁴

B. Persaingan Usaha Ikan Koi

1. Pengertian Persaingan

Persaingan berasal dari kata saing yang dalam bahasa Inggris yaitu (*competition*) yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. Sedangkan dalam manajemen, persaingan adalah usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini terdiri dari beberapa bentuk termasuk pemotongan harga, iklan dan promosi penjualan, variasi kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar. Persaingan sebagai salah satu bentuk karakteristik utama dalam sistem ekonomi pasar, cenderung lebih disukai dari pada kondisi non persaingan atau ketiadaan persaingan.³⁵

Suatu persaingan disebut sebagai persaingan murni jika di pasar terdapat banyak perusahaan yang menjual produk yang identik sama. Produk dari banyak perusahaan tidak dapat dibedakan dari merek dagang ataupun label. Tiap-tiap penjual merupakan bagian yang sangat kecil jika dibandingkan dengan luas pasar, sehingga ia tidak dapat mempengaruhi harga. Jadi penjual dalam persaingan murni harus mengikuti harga di

³⁴ Iwan Ruspendi Junaedi, *Manajemen Pemasaran*, (Banjaran: Eureka Media Aksara, 2022), hlm. 20.

³⁵ Maryanto, *Dunia Usaha, Persaingan Usaha, dan Fungsi KPPU*, (Semarang: Unissula Press, 2017), hlm.

pasar. Harga ini ditentukan oleh interaksi antara penawaran industri dan permintaan industri.³⁶

Motivasi utama dalam kegiatan bisnis adalah laba yang didefinisikan sebagai perbedaan antara penghasilan dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Dalam kegiatan bisnis, mereka harus bisa menghadapi persaingan usaha yang lazim terjadi dalam dunia bisnis. Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang dijalkannya. Dalam arti yang positif dan optimis, kompetisi bisa diarahkan pada kesiapan dan kemampuan untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan kita sebagai umat manusia. Kompetisi seperti ini merupakan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk kompetisi, sehingga kompetisi tidak semata-mata diarahkan untuk mendapatkan kemenangan dan mengalahkan lawan.³⁷

a. Strategi Menghadapi Persaingan

Dalam perusahaan dapat melakukan beberapa langkah strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan yaitu:³⁸

- 1) *Diferensiasi* yaitu perusahaan dapat membedakan produk yang dipasarkan
- 2) Kepemimpinan harga mempunyai keunggulan tersendiri dimata pembeli karna saat membeli suatu produk pembeli selalu mempertimbangkan harga, strategi kepemimpinan harga bertujuan untuk menjadi pemimpin dalam harga

13. ³⁶ Maryanto, *Dunia Usaha, Persaingan Usaha, dan Fungsi KPPU*, (Semarang: Unissula Press, 2017), hlm.

15. ³⁷ Maryanto, *Dunia Usaha, Persaingan Usaha, dan Fungsi KPPU*, (Semarang: Unissula Press, 2017), hlm.

³⁸Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 103.

3) Fokus menghadapi masalah yang mana membutuhkan tingkat perhatian yang tinggi. Strategi ini menuntut agar perusahaan mampu memahami kebutuhan para pelanggan.

b. Faktor Pendorong Persaingan

Menurut Porter, persaingan sangat penting karena menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu usaha atau perdagangan. Terdapat lima factor persaingan bisnis yang menentukan kemampuan bersaing:³⁹

1) Ancaman pendatang baru

Pendatang baru bagi suatu usaha menjadi ancaman bagi perusahaan yang sudah ada, apabila membawa kapasitas baru, keinginan merebut pasar dan memiliki sumber daya yang besar. Adanya perusahaan baru dapat memaksa perusahaan yang sudah ada untuk lebih efektif dan efisien.

2) Persaingan di antara pesaing yang ada

Persaingan di antara perusahaan yang ada untuk merebutkan posisi dengan menggunakan taktik seperti kompetensi harga, pengenalan produk dan promosi secara besar-besaran serta meningkatkan pelayanan. Persaingan terjadi karena perusahaan merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi.

3) Kekuatan tawar menawar pemasok

Pemasok dapat menggunakan kekuatan penawaran dengan menekan perusahaan yang ada dengan menaikkan harga atau mengurangi kualitas barang atau jasa yang dibeli

4) Kekuatan tawar menawar pembeli

³⁹ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), hlm. 33.

Seluruh perusahaan dalam suatu industri bersaing dengan produk pengganti meskipun karakteristiknya berbeda tapi produk pengganti dapat memberikan fungsi dan manfaat yang sama.

5) Ancaman produk pengganti

Seluruh perusahaan dalam suatu industri bersaing dengan produk pengganti meskipun karakteristiknya berbeda tetapi produk pengganti dapat memberikan fungsi dan manfaat yang sama.

2. Ikan Koi

Ikan Koi merupakan salah satu ikan yang masih termasuk ke dalam satu strain dengan ikan mas. Ikan tersebut merupakan jenis ikan peliharaan yang sangat terkenal di negara Jepang. Kata Koi adalah homofon dalam bahasa Jepang untuk kata ini yang memiliki arti cinta dan kasih sayang. Maka dari itu, koi menjadi salah satu simbol cinta dan persahabatan di Jepang. Ada 20 lebih jenis ikan koi yang memiliki pola, warna dan sisik yang beragam. Ikan koi dikenal karena warnanya yang indah. Saat ini, hampir di seluruh negara telah menjadikan ikan koi peliharaan sebagai salah satu hobi. Orang-orang sangat tertarik dengan karakteristik koi yang damai dan ramah. Menyaksikan ikan-ikan koi berenang membuat damai dan menenangkan. Melalui proses yang sangat selektif, ikan-ikan koi dibesarkan baik dalam luar ruangan ataupun di dalam ruangan yang diawasi dengan ketat. Ikan-ikan koi ini secara teratur dievaluasi untuk menemukan pola yang paling cerah dan terbaik.⁴⁰

C. Toko Ar Royah dan Persepektif Ekonomi Islam

1. Toko Ar Royah

⁴⁰ Wawancara Ali Rifqi, (Sumber Jambe, Jember - Jawa Timur 6 November, 2022).

Toko Ar Royah merupakan toko ikan yang diminati oleh para konsumen, toko yang selalu ramai akan pelanggan, banyak pengunjung yang datang untuk sekedar melihat atau membelinya. Tak heran jika toko ikan koi Ar Royah menjadi pusat perhatian orang luar dan menjadi perbincangan para pedangan ikan koi lainnya, karena kelihaihan pemilik toko Ar Royah yang bisa membuat warna-warni ikan koi menjadi semanarik mungkin agar para konsuem puas akan ikan yang di belinya.

- Pencapaian yang di peroleh perbulannya

NO	NAMA TOKO	PENGHASILAN PERBULAN
1.	AR ROYAH	23-25 JT
2.	ALI KOI	7-8 JT
3.	KARTIKA KOI	9-10 JT
4.	WANDA KOI	5-6 JT
5.	ONSPANCING KOI	15-18 JT
6.	FAIRUS KOI	17-19JT
7.	ROZI KOI	5-6 JT ⁴¹

2. Persepektif Ekonomi Islam

Secara umum pengertian ekonomi adalah salah satu ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi dan konsumsi terhadap barang dan jasa. Di Indonesia penggunaan istilah ekonomi Islam terkadang digunakan bergantian dengan istilah ekonomi syari'ah. Hal ini karena memang

⁴¹ Hasil wawancara bersama bapak H.Tobibuddin selaku pemilik toko Ar Royah, 11 Januari 2023

pengertian ekonomi Islam atau ekonomi syariah telah didefinisikan oleh para sarjana muslim dengan berbagai definisi. Menurut Madani, ekonomi Islam merupakan segala usaha ataupun kegiatan yang dilakukan oleh pasar perorang atau kelompok atau badan usaha yang berbadannya hukum atau tidak berbadannya hukum dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip syariah.⁴²

Menurut Bukhari dan Donni Juni Priansa, pemasaran Islam adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai-nilai dari satu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhannya prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Hadist.⁴³ Pada zaman Rasulullah mulai dari pengaturan kerja, pemilihan pegawai, sesuai kompetensi, konsep syari'ah dalam pengambilan keputusan, pengawasan terhadap kinerja pegawai, ataupun pengarahan dan yang memberikan petunjuk kepada mereka serta menegakkan keadilan dan persamaan perlakuan hukum kepada umatnya, baik itu sandang, pangan, dan papan, sehingga tercipta masyarakat yang makmur dan sejahtera. Sehingga adanya pendapatan dari fenomena tersebut penulis mengambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran syari'ah adalah suatu analisis perencanaan pengimplentasian dan pengendalian terhadap program-program pemasaran dengan berbasis pada aspek dasar syari'ah baik Al-Qur'an maupun Hadist.⁴⁴

⁴²Madziatul Churiyah *Mengenal Ekonomi Syariah*, (Malang: Surya Pena Gemilang, 2011), hlm. 4.

⁴³ Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 340.

⁴⁴ Sofian Assauri *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 239-240.

a. Konsep Pemasaran dalam Islam

Seseorang pengusaha dalam pandangan etika bisnis Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan, yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT. Berarti yang harus diraih oleh seseorang pedagang atau pengusaha dalam melakukan bisnis tidak sekedar keuntungan materi tetapi keuntungan immaterial (spiritual).⁴⁵

Dalam dunia bisnis, pemasaran merupakan strategi bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari seseorang inisiator kepada pelanggannya. Menurut ajaran Islam, kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan nilai-nilai Islam yang dijiwai oleh semangat ibadah kepada Allah SWT dan berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama.⁴⁶

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebagai etika dalam pemasaran menurut Islam yaitu :

1) Takwa

Memiliki kepribadian yang baik sehingga dalam melakukan pemasaran tidak semata-mata untuk kepentingan diri sendiri melainkan juga menolong sesama. Pemasaran dilakukan dalam rangka untuk melakukan kebajikan dan ketakwaan kepada Allah SWT dan bukan sebaliknya.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ.

Yang Artinya: *Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seseorang laki-laki da seseorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya*

⁴⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tantaran Teoritis dan Praktis*, (Jakarta, 2022), hlm. 86.

⁴⁶ Idris, *Ekonomi dalam Persepektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Penerbit Prenamedia Grup, 2015), 281

orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal.(Q.S. Al- Hujurat : 13)

Tafsiran-Tafsiran surah Al-Hujurat ayat 13:

a) Tafsir Quraish Shihab (Muhammad Quraish Shihab)

Dalam ayat ini mentafsirkan bahwasanya ayat diatas beralih kepada urain tentang prinsip dasar hubungan antara manusia. Karena itu, ayat diatas tidak lagi menggunakan panggilan yang ditunjukan kepada orang-orang beriman, tetapi kepada jenis seseorang laki-laki dan seorang perempuan, yakni Adam dan Hawa atau dari *sperma* (benih laki-laki) dan *ovum* (indung telur perempuan), maksud ayat diatas menjadikan kamu berbangsa-bangsa atau bersuku-suku supaya kamu saling mengenal satu sama lainnya dan sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu orang yang paling bertaqwa. Jadi dalam ayat tersebut Allah mengajarkan kepada kita untuk bertoleransi sebab tidak wajar jika seseorang berbangga dan merasa diri lebih tinggi dari yang lainnya, karena pada dasarnya kita hanyalah manusai biasa dan derajat kita di hadapan Allah sama. Mau gimanapun kita, keadaan kita, miskin, kaya ataupun orang gila dihadapan Allah sama, di ayat tersebut kita juga diajarkan bagaimana kita kepada sesama untuk saling mengenal satu sama lain contohnya dalam perdagangan, yang di mana saling menukar barang yang awalnya hanya sebatas tukar menukar pada akhirnya kenal inilah makna dari ayat tersebut.⁴⁷

b) Tafsir Ibnu Katsir

⁴⁷ Shihab, M.Quraish, *Tafsir al- Mishbah*, (Jakarta: Lantera Hati, 2002), hlm. 615.

Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kalian dari seseorang laki-dan perempuan yakni dari Adam dan Hawa (dan kami menjadikan kalian berbangsa-bangsa) dan supaya kalian saling mengenal satu sama lain. Kami menciptakan kalian untuk saling mengenal, tidak untuk saling membanggakan nasab. Di dalam ayat tersebut banyak nilai yang harus kita tiru antara lainya untuk saling mengenal, yaitu dengan menciptakan tali persaudaraan. Dengan sebuah persaudaraan akan mempermudah seseorang untuk saling memahami, menghargai dan mengerti satu sama lain karena tingkat derajat seseorang ditentukan oleh titik ketakwaan kepada Allah SWT.⁴⁸

2) Adil

Berlaku adil dalam berbisnis sikap adil akan mendekatkan prilakunya pada nilai ketakwaan. Keadilan dapat diwujudkan dengan mewujudkan pemerataan dalam bidang ekonomi. Di mana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 90 mengenai tentang adil yang berbunyi :

"إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ."

Yang artinya : *Sesungguhnya Allah SWT menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, (memberi kepada kaum kerabat), dan Allah SWT melarang berbuat keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (Q.S. An-Nahl : 90).*

Tafsiran-tafsiran dalam surah An-Nahl ayat 90 :

a) Tafsir Al- Jalalain (Jalaluddin As- Suyuti dan Jalaluddin Al- Mahalli))

⁴⁸ Ismail bin Umar Al-Quraisy bin Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*. 24 Juli 2023.

Sikap keadilan yang Allah perintahkan mencangkup keadilan dalam hak Allah dan hamba-hambanya. Keadilan hakitnya adalah segala yang Allah SWT wajibkan atas hamba dalam kitabnya melalui Rasulnya dan memerintahkan mereka untuk menjalankannya. Keadilan dalam bermuamalah, berinteraksi dengan mereka pada transaksi jual beli dan transaksi timbal balik lainnya dengan memenuhi segala kewajibanmu jangan sekali-kali mengurangi hak mereka, jangan menipu mereka atau memperdayai mereka dan jangan pula menzalimi mereka. keadilan wajib ditegakkan. Selanjutnya Allah menyinggung potongan ayat mengenai pemberian kaum kerabat, maksudnya adalah menekankan tentang hak mereka, bersikap baik layaknya menjalani hubungan silaturrahi kepada seluruh kerabat yang dekat maupun yang jauh. Semakin dekat hubungan kerabatnya maka ia semakin berhak menerima kebaikan. Selanjutnya Allah melarang perbuatan keji yaitu seluruh perbuatan dosa yang bernilai bejat oleh syari'ah dan fitrah manusia, misal perbuatan syirik kepada Allah SWT. Membunuh tanpa alasan, berzina, mencuri, bangga diri, sombong, dan menghina orang lain. Dan termasuk makna kemungkaran adalah setiap dosa dan maksiat yang berkaitan dengan hak Allah SWT. Sedangkan tindakan permusahan yaitu setiap permusuhan sesama menyangkut darah, harta, dan kehormatan. Makna ayat ini menghimpun seluruh perintah dan larangan tidak ada yang tersisa melainkan pasti masuk ke dalmnya.⁴⁹

b) Tafsir ibnu Katsir

⁴⁹ Muhammad Ahmad Isawi, *Tafsir Ibnu Mas'ud : Studi Tentang Ibnu Mas'ud dan Tafsiranya*, (Terjemah Ali Murtadho Syahudi), (Jakarta: Pustaka Azzam, 2009), hlm. 644.

Menempatkan sesuatu pada tempatnya dan memberikan kepada masing-masing yang mempunyai hak. Adil yang diperintahkan Allah SWT ini mencakup adil terhadap haknya dan adil kepada hamba-hambanya. Caranya dengan menunaikan ibadah secara sempurna. Potongan ayat ini menjelaskan petunjuk-petunjuk bagi mereka yang pertama adalah perintah untuk berlaku adil dan kebajikan. Allah menyatakan, sesungguhnya Allah selalu menyuruh hamba-hambanya untuk berlaku adil, sikap, tindakan, dan perbuatan, baik kepada diri sendiri maupun kepada orang lain. Dan Allah juga memerintahkan berbuat kebajikan, yakni perbuatan yang melebihi perbuatan adil maksudnya memberi bantuan apapun yang mampu diberikan, baik materi maupun nonmateri secara tulus dan ikhlas kepada kerabat baik jauh maupun dekat. Selain itu Allah SWT melarang semua hambanya berbuat keji yang tercela dalam pandangan agama contoh berzina atau membunuh. Selanjutnya melakukan kemungkaran yaitu hal-hak yang bertentangan dengan nilai-nilai dalam adat kebiasaan dan agama. Melakukan permusuhan dengan sesama mengakibatkan penganiyaan. Melalui perintah dan larangan ini Allah memberi pengajaran dapat mengambil pelajaran yang berharga.⁵⁰

3) Rendah Hati

Melayani konsumen dengan rendah hati. Rendah hati dan perilaku lemah lembut sangat dianjurkan dalam agama Islam.

⁵⁰Shalih bin Abdullah bin Humaid, *Tafsir Al-Mukhtashar atau Markaz Tafsir Riyadi*, (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyyah 2018), hlm.73.

4) Jujur

Jujur dan terpercaya, tidak menukar barang yang baik dengan yang buruk. Ketika seseorang tenaga pemasaran mengiklankan barangnya tidak boleh dilebih-lebihkan atau mengiklankan barang bagus tetapi pada kenyataannya tidak demikian. Jadi antara pernyataan dalam iklan dengan barang secara aktual harus sama.⁵¹ Di mana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 35 mengenai tentang jujur yang berbunyi :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۗ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Yang artinya: *Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar, itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.* (Q.S. Al-Isra':35).

Tafsiran-Tafsiran surah Al-Isra' ayat 35

a) Tafsir Ibnu Katsir

Dan sempurnakanlah apabila kamu menakar, jangan mengurangi takaran untuk orang atau melebihi untuk dirimu, dan timbanglah dengan timbangan yang benar sesuai dengan ukuran yang ditetapkan. Itulah yang lebih utama bagimu, karena dengan demikian orang akan percaya kepadmu dan tenteram dalam bermuamalah denganmu dan lebih baik akibatnya bagi kehidupan manusia pada umumnya di dunia dan bagi kehidupanmu di akhirat kelak. Di ayat ini mengajarkan kepada kita bersifat jujur dan adil di mana dalam bermuamalah kita dianjurkan untuk jujur dan adil dalam takar menakar apa yang kita jual dan menimbang sesuatu yang kita jual.⁵²

⁵¹ M.Nur Rinato AL Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 22.

⁵² Ismail bin Umar Al-Quraisyi bin Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*. 24 Juli 2023

b) Tafsiran Jalaluddin al-Mahalli dan Jalaluddin as-Suyuti

Selanjutnya Allah memerintahkan kepadamu kaum muslim agar menyempurnakan takaran bila menakar barang dagangan. Maksudnya ialah pada waktu menakar barang hendaknya dilakukan dengan setepat-tepatnya dan secermat-cermatnya oleh karena itu, seseorang yang menakar barang dagangan yang akan diserahkan kepada orang lain sesudah dijual tidak boleh dikurangi takarannya karena itu akan merugikan orang lain. Demikian pula kalau seseorang kalau seseorang menakar barang dagangan orang lain yang akan diterima sesudah dibeli, tidak boleh dilebihkan, karena juga merugikan orang lain. Allah juga memerintahkan kepada mereka agar menimbang barang dengan neraca (timbangan) yang benar dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Neraca yang benar ialah neraca yang dibuat seteliti mungkin, sehingga dapat memberikan kepercayaan kepada orang yang melakukan jual beli, dan tidak memungkinkan terjadinya penambahan dan pengurangan secara curang.⁵³

⁵³ Tafsiran ⁵³ Jalaluddin al-Mahalli dan Jalaluddin as-Suyuti, *Tafsir Al-Jalalain*. 24 Juli 2023.