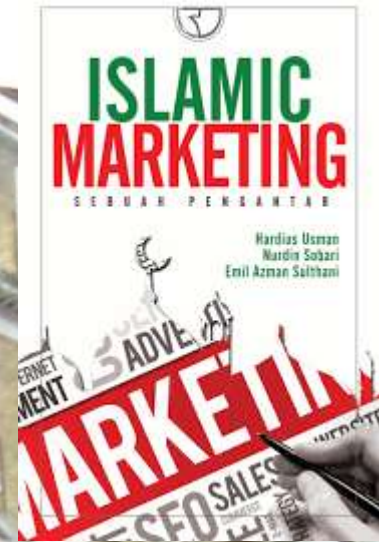


# Gaya Marketing Sesuai Tuntunan Al Qur'an dan Hadits

Assoc. Prof. Dr. Hardius Usman

Marketing Syariah???

Berbedakah dengan  
Marketing  
Konvensional??

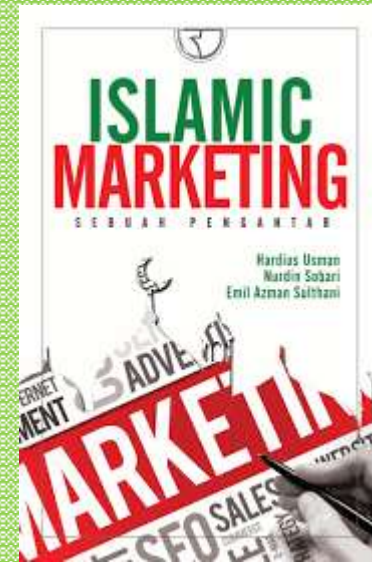


## Definisi Pemasaran

### American Marketing Association (AMA):

Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.

Philip Kotler: Marketing is “the science and art of exploring, creating, and delivering value to satisfy the needs of a target market at a profit.

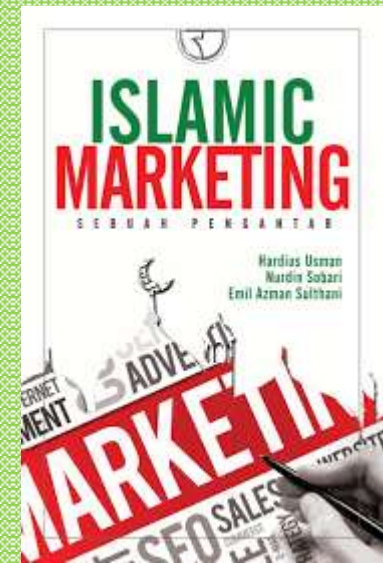


Kata Kunci Pemasaran

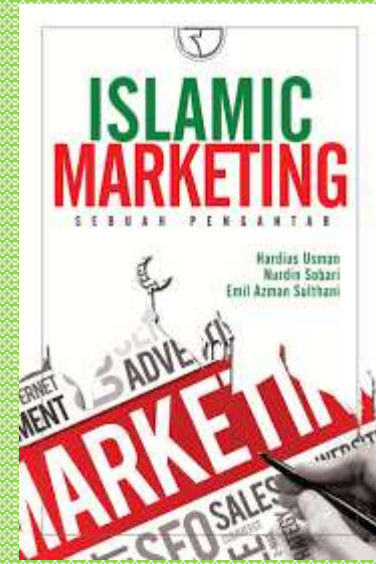
Produk: Value

Aktivitas:  
Identify Consumers' Needs  
Creating  
Communicating  
Delivering  
Exchanging

Tujuan:  
Satisfy Consumers  
Profit



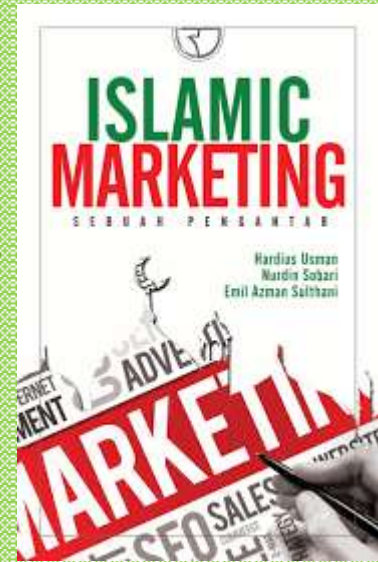
# Siapa Praktisi Pemasaran Syariah?



## Pemasaran Syariah

Marketing Syariah = Marketing Konvensional + Hukum Islam?

- Secara praktis: Mungkin demikian.
- Secara Filosofi: Sangat berbeda.
- Adnan (2013) memandang definisi pemasaran konvensional mengabaikan tiga hal yang tidak sesuai dengan perspektif Islam, yaitu:
  - **Pertama**, niat suatu tindakan yang dalam ajaran Islam harus berakar kepada Allah, termasuk dalam mengelola pertukaran baik dari sisi produsen/penjual maupun konsumen/pembeli.
  - **Kedua**, tidak adanya ketentuan untuk menerapkan *benchmark* Islam untuk setiap konsep proses pertukaran.
  - **Ketiga**, mengingat segala aktivitas manusia dalam Islam merupakan ibadah, maka seharusnya kegiatan pemasaran dijadikan sebagai instrumen yang paling efisien dalam rangka mencapai berkah Tuhan.



# Karakteristik Utama Pemasaran Syariah

## I. Spiritualistik

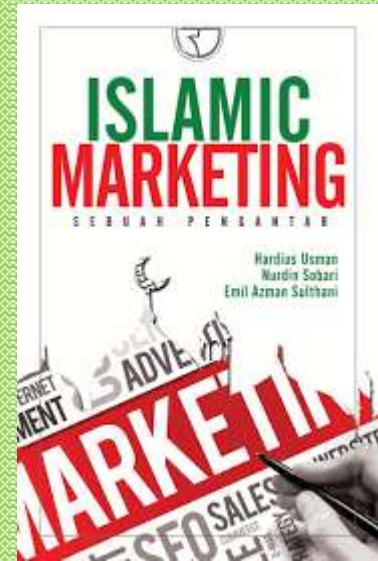
- Konsep tertinggi dan paling penting dalam Islam adalah Tauhid (Alhabshi, 1987; Haneef, 1997).
- Prinsip Tauhid mengajarkan Muslim untuk percaya bahwa Allah SWT merupakan satu-satunya arsitek alam semesta dan makhluk karena itu manusia adalah wakil Allah untuk mengelola dunia ini dan sumber dayanya (AbuSulayman, 1998; Badawi, 2002).

## II. Etika Islam

### 1. Unity: Refleksi tauhid.

Islam melarang diskriminatif terhadap pekerja, penjual, pembeli, pemasok, mitra bisnis, dan sebagainya. Setiap individu merupakan bagian dari *human-hood*, yang sama dan setara di hadapan Allah, walaupun secara material tidak sama di bumi (Bassiouni 1993), sehingga kejujuran, kepercayaan dan hubungan baik antara pengusaha dan karyawan yang mencerminkan *human-hood* perlu untuk terus dikembangkan dan didorong (Wilson 2006).

(Al-Hujurat [49] :13; Ali Imran [3]: 103)



# Karakteristik Utama Pemasaran Syariah

## 2. Iman: mengikuti syariah

Pembuat keputusan bisnis memiliki pilihan yang bebas, tetapi prinsip-prinsip Islam menyediakan kerangka kerja bagi pelaksanaan yang sesuai dengan pilihan itu (Ali dan Gibbs 1998).

(An-Nahl [16]: 97; Al-A'raf [7]: 96; Ar Ra'd [13]: 29)

## 3. Khilafah (Amanat/Perwalian): manusia wali Allah

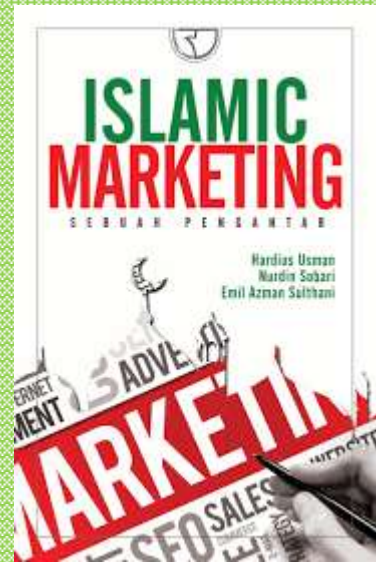
Manusia bertugas mengontrol dan mengelola bumi sehingga tercipta kemakmuran di bumi. Oleh karena itu, sumber daya yang disediakan Allah harusnya ditujukan untuk kepentingan bersama, sumber daya juga harus diperoleh secara sah, dan didistribusikan dalam kepentingan manusia.

(Lukman [11]: 20; Al-Hajj [22]: 65; Thaha [20]: 6)

## 4. Balance (Keseimbangan): Salah satu ajaran pokok Islam

- Keseimbangan konsumsi dan pendapatan:
- Produsen muslim bukan hanya mempunyai tujuan untuk mencari profit sebesar-besarnya, melainkan juga turut aktif mendidik konsumen sehingga tidak konsumtif.
- Tidak berlebih-lebihan

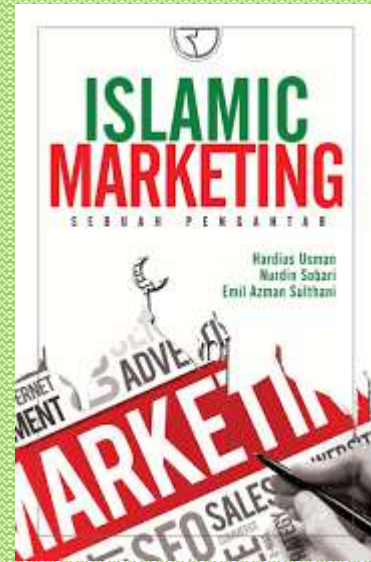
(Al-Qashash [28]: 77; Al-A'raf [7]: 31; Al-Isra' [17] : 27).





## Karakteristik Utama Pemasaran Syariah

5. **Keadilan:** Seluruh muslim senantiasa berlaku adil  
Eksplotasi terhadap karyawan, menyalahgunakan kekuasaan atau menggunakan monopoli yang membebani konsumen merupakan tindakan yang dilarang oleh Islam (Wilson 2006).  
(An-Nahl [16]: 90; Al-Maidah [5]: 8)
6. **Free will (Kebebasan Berkehendak)**
  - Manusia diberikan Allah kebebasan yang sangat luas, bahkan Allah tidak memaksa seorang manusia untuk beriman kepada-Nya (Al-Kahfi [18]: 29).
  - Pertanggungjawabannya dihadapan Allah (Al-Isra' [17]: 15)
7. **Benevolence (Kebajikan):** tindakan yang terpuji.
  - Kebajikan ini sangat luas maknanya. Memberi zakat atau sedekah, bahkan tersenyum pun merupakan sebuah kebajikan.



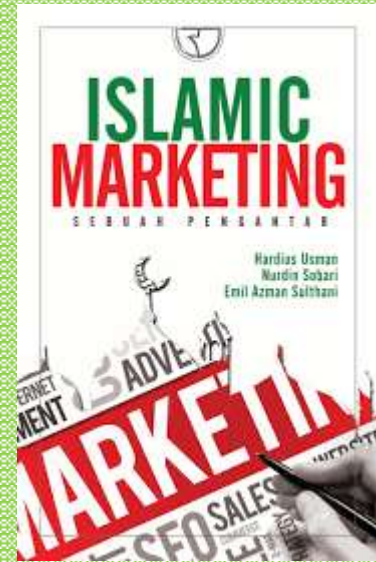
# Karakteristik Utama Pemasaran Syariah

## III. Realistis

- Islam adalah agama yang realistis. Sekalipun Al Quran dan Hadits mengandung dogma yang tidak dapat diganggu-gugat, tetapi dalam implementasi tetap mempertimbangkan realitas kemanusiaan.
- *Office Chanelling* di bank konvensional.
- Konsep Syariah vs Halal (Usman et al., 2020)

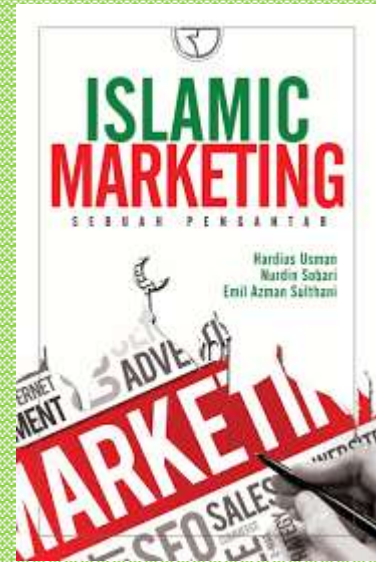
## IV. Humanistik.

- Memandang manusia atau kepentingan manusia sebagai objek terpenting (Al-Isra [17]: 70; Al-Hujarat [49]: 13).
- Pemasaran Berkelanjutan (*Sustainable Marketing*): mencoba untuk menyeimbangkan antara permintaan pasar dan pelestarian lingkungan (Kotler dan Armstrong, 2010).
- Green Marketing and Social marketing



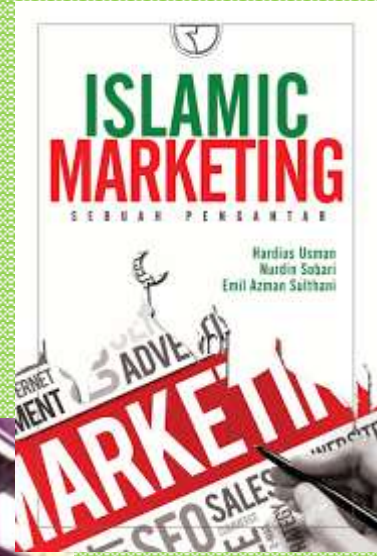
## Definisi Pemasaran Syariah

- Proses identifikasi dan penerapan strategi memaksimalkan **nilai** untuk kesejahteraan *stakeholder* khususnya, dan masyarakat umumnya, dengan berpedoman pada Al Quran dan Hadits (Hussnain, 2011).
- Proses dan strategi (hikmah) untuk memenuhi kebutuhan melalui produk dan jasa yang halal (tayyibat) berdasarkan persetujuan bersama dan untuk kesejahteraan (falah) pembeli dan penjual dalam meraih kekayaan materi dan spiritual di dunia dan akhirat Alom dan Haque, 2011).

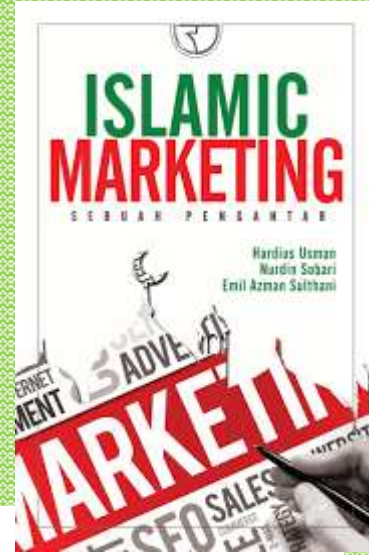




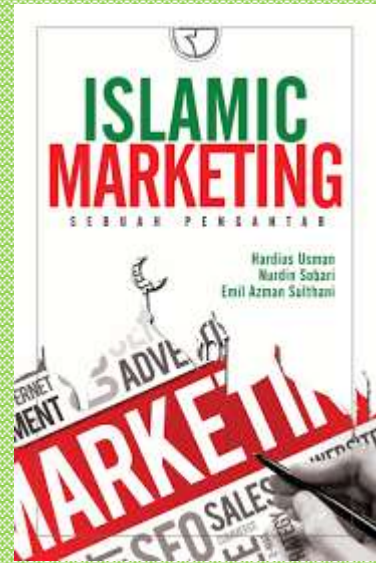
# Sektor Andalan Bisnis Syariah



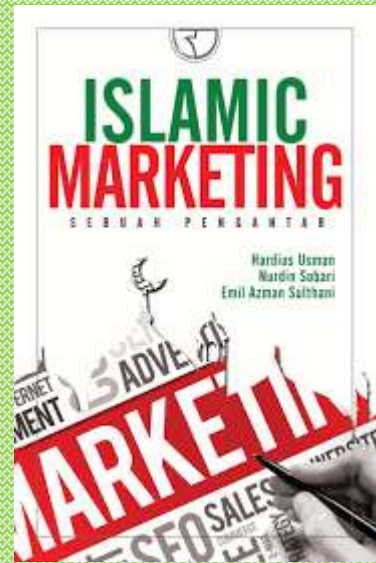
# Sektor Andalan Bisnis Syariah



# Sektor Andalan Bisnis Syariah



# Sektor Andalan Bisnis Syariah





# Strategi Pemasaran Syariah



MEMPERSEMBARKAN

**30 PAKET UMROH GRATIS**

**DAN 30 MOTOR**

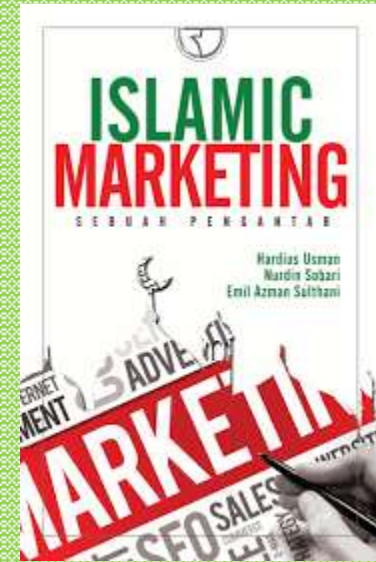
BERSAMA

UNDIUN TAHAP 1

ISBANTARAK & JABAR

CARANYA MUDAH:

1. Dapatkan 1 motor dan 5 bungkus kopi premium White Koffie varian apa saja di setiap pembelian 10kg dengan diskon 10% (tidak berlaku untuk 30kg, 50kg, 100kg) dengan pembelian minimal Rp100.000. Untuk pembelian lebih dari 10kg, 30kg, 50kg, 100kg, 200kg, 300kg, 400kg, 500kg, 600kg, 700kg, 800kg, 900kg, 1000kg, 1100kg, 1200kg, 1300kg, 1400kg, 1500kg, 1600kg, 1700kg, 1800kg, 1900kg, 2000kg, 2100kg, 2200kg, 2300kg, 2400kg, 2500kg, 2600kg, 2700kg, 2800kg, 2900kg, 3000kg, 3100kg, 3200kg, 3300kg, 3400kg, 3500kg, 3600kg, 3700kg, 3800kg, 3900kg, 4000kg, 4100kg, 4200kg, 4300kg, 4400kg, 4500kg, 4600kg, 4700kg, 4800kg, 4900kg, 5000kg, 5100kg, 5200kg, 5300kg, 5400kg, 5500kg, 5600kg, 5700kg, 5800kg, 5900kg, 6000kg, 6100kg, 6200kg, 6300kg, 6400kg, 6500kg, 6600kg, 6700kg, 6800kg, 6900kg, 7000kg, 7100kg, 7200kg, 7300kg, 7400kg, 7500kg, 7600kg, 7700kg, 7800kg, 7900kg, 8000kg, 8100kg, 8200kg, 8300kg, 8400kg, 8500kg, 8600kg, 8700kg, 8800kg, 8900kg, 9000kg, 9100kg, 9200kg, 9300kg, 9400kg, 9500kg, 9600kg, 9700kg, 9800kg, 9900kg, 10000kg.
2. Dapatkan 30kg kopi.
3. Dapatkan 30 motor gratis.
4. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
5. Dapatkan 30 motor gratis.
6. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
7. Dapatkan 30 motor gratis.
8. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
9. Dapatkan 30 motor gratis.
10. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
11. Dapatkan 30 motor gratis.
12. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
13. Dapatkan 30 motor gratis.
14. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
15. Dapatkan 30 motor gratis.
16. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
17. Dapatkan 30 motor gratis.
18. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
19. Dapatkan 30 motor gratis.
20. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
21. Dapatkan 30 motor gratis.
22. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
23. Dapatkan 30 motor gratis.
24. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
25. Dapatkan 30 motor gratis.
26. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
27. Dapatkan 30 motor gratis.
28. Dapatkan 30 paket umroh gratis.
29. Dapatkan 30 motor gratis.
30. Dapatkan 30 paket umroh gratis.



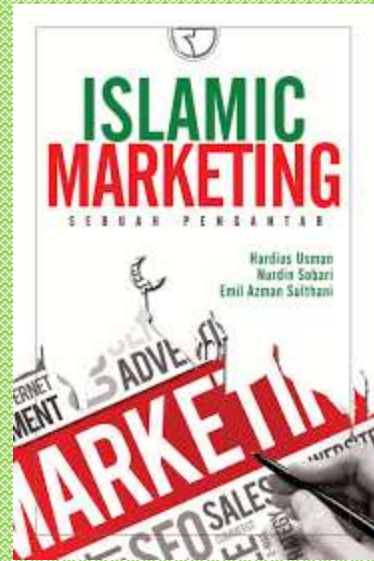
Halal  
vs  
Syariah

Mahal?



# Brand

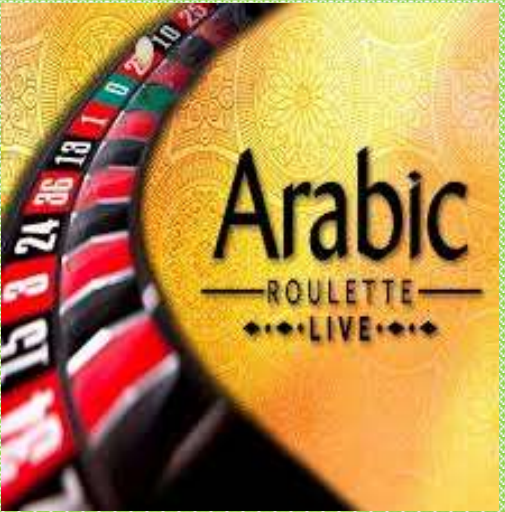
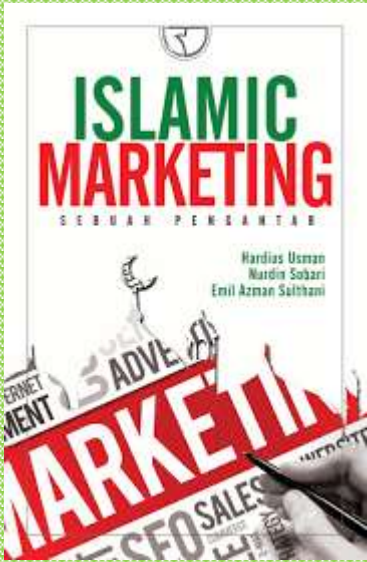
Merek: Nama, Istilah, Tanda, Simbol atau Disain, atau Kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk untuk membedakannya dengan yang lain



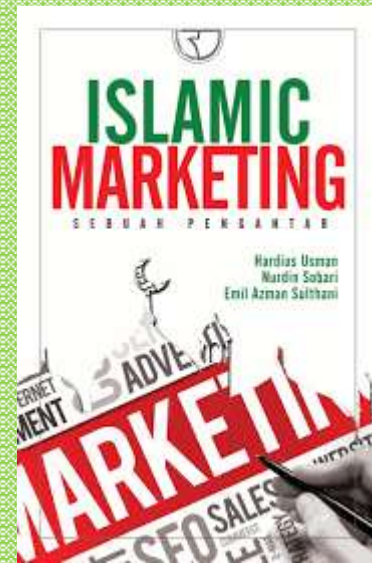
## 6 Tingkatan Pengertian (Kotler., 2002)

1. Atribut: Konsumen teringat pada suatu atribut
2. Manfaat: Fungsional dan Emosional
3. Nilai: Cermin nilai produsen
4. Budaya: Cermin budaya produsen
5. Kepribadian: Cermin pribadi tertentu
6. Pemakai: Tipe pemakai

# Is it Islamic Brand?



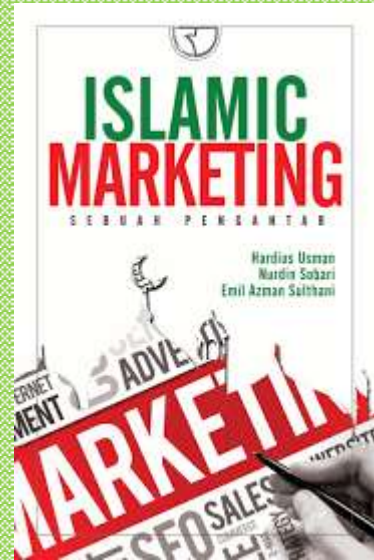
# Islamic Brand Terkenal di Indonesia



# Islamic Brand (Propose)

1. Saliimul 'Aqidah (Akidah yang bersih): Menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya
2. Shahiihul 'Ibadah (Ibadah yang benar): Patuh aturan, jujur dan bersemangat
3. Matiinul Khuluq (Akhlak yang mulia): Produk dapat dipercaya dan diandalkan, dan membawa kebahagiaan dunia dan akhirat.
4. Qawiyyul Jismi (Kekuatan jasmani): Keamanan, kemudahan, ketangguhan, daya tahan, dan kemampuan
5. Mutsaqqaful Fikri (Intelek): kecerdasan, Ilmu pengetahuan, teknologi, dan modernitas
6. Mujaahadatul Linafsihi (Melawan hawa nafsu): Sederhana, tidak sombong, dan tidak berlebihan
7. Hariishun Ala Waqtihi (Pandai menjaga waktu): Komitmen, melayani cepat, dan menghargai konsumen
8. Munazhhamun fi Syuunihi (Teratur dalam suatu urusan): Profesional, bersungguh-sungguh, bersemangat dan bersedia berkorban
9. Qadiirun 'Alal Kasbi (Mandiri): Cerdas, terampil, dan daya juang.
10. Nafii'un Lighairihi (Bermanfaat bagi orang lain): Kemampuan mencukupi kebutuhan dan keinginan konsumen

“Saat menggunakan baju putih, sekecil apapun noda yang menempel, pasti akan terlihat jelas”



Terimakasih  
Semoga bermanfaat

