

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian *Marketing* (Pemasaran)

Definisi *marketing* atau pemasaran menurut *America Marketing Association* (AMA) yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2021: 6) menyatakan, “*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*”. Arti dari definisi tersebut ialah pemasaran merupakan suatu aktivitas dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menghantarkan serta memberikan nilai kepada pelanggan dan mengelola kepada pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.

Pemasaran umumnya dipahami sebagai tugas yang bertujuan untuk menyajikan dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen dan perusahaan. Definisi pemasaran dalam setiap perusahaan tidak ada perbedaan. Hanya saja yang menjadi masalah ialah dari segi penerapan pemasaran pada setiap bisnis memiliki karakteristiknya masing-masing. Misalnya pemasaran untuk perusahaan Tentunya perusahaan yang memproduksi barang berupa barang sangat berbeda dengan perusahaan yang memiliki produk jasa, seperti Lembaga Keuangan. Bank adalah perusahaan yang memperjualbelikan produk yang bergerak di bidang keuangan. Oleh karena itu perlakuan pemasaran dunia perbankan sedikit berbeda dengan perusahaan lain. (Kasmir, 2010: 54)

Menurut Kotler (2012: 9), Pemasaran adalah proses di mana sebuah bisnis atau perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk mendapatkan nilai tambah bagi pelanggan sebagai imbalannya. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sehingga produk atau layanan cocok untuk pelanggan.

Definisi filosofi dari pemasaran menurut Kotler dan Keller (2021: 16) adalah, "*Instead of hunting, marketing is gardening*", artinya alih-alih berburu, pemasaran itu layaknya berkebun maka tugas yang dilakukan bukanlah menemukan pelanggan yang tepat untuk suatu produk tapi menemukan produk yang tepat bagi pelanggan. Berbeda dengan berburu, pemasaran layaknya pertanian yang cenderung stabil, lambat, dan membutuhkan waktu untuk menghasilkan panen. *Marketing* berfokus pada kebutuhan pembeli. *Marketing* yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan melalui produk dan seluruh kumpulan hal-hal yang terkait dengan penciptaan, penghantaran, dan akhirnya dikonsumsi. Secara umum, konsep pemasaran bank adalah proses pertukaran produk atau jasa perbankan yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

Pengertian *marketing* yang dapat disimpulkan oleh para ahli menjelaskan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan pada sistem bisnis yang menyajikan dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen dengan melaksanakan rencana strategis yang diarahkan bersama dengan pemenuhan kepuasan konsumen, produksi barang dan jasa, menetapkan harga yang wajar, menentukan metode periklanan dan/atau promosi, serta penyaluran distribusi yang benar.

2.1.2 Pengertian *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Menurut Kotler dan Keller (2021: 20) *Marketing Mix* atau Bauran Pemasaran merupakan perangkat alat yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya. Menurut Lupiyoadi (2016: 22) *Marketing Mix* merupakan alat pemasaran yang terdiri dari berbagai elemen pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang diterapkan dapat berjalan sukses.

Menurut Zeithaml (2018: 62) mengatakan bahwa unsur-unsur di dalam *Marketing Mix* ada tujuh hal dalam bauran pemasaran sering disingkat 7P, yang terdiri dari daripada 4P yang digunakan dalam pemasaran komoditas dan 3P sebagai perluasan bauran pemasaran. Elemen 4P yaitu *Product* (Produk); jasa layanan seperti apa yang ditawarkan, *Price* (Harga); strategi penentuan harga, *Place* (Tempat); dimana tempat jasa diberikan, *Promotion* (Promosi); jenis promosi apa yang dilakukan. Sedangkan elemen 3P adalah *People* (Orang); kualitas, kompetensi, kualifikasi orang-orang yang terlibat dalam pemberian pelayanan jasa. *Physical evidence* (Bukti Fisik); infrastruktur yang dimiliki dan *Process* (Proses); manajemen layanan pembelajaran disediakan (Machali dan Hidayat, 2018: 44)

Berikut adalah penjelasan singkat dari *Marketing Mix* menurut Kotler dan Fox dalam (Lupiyoadi, 2016: 148) terdiri dari 7 alat pemasaran yang dikenal 7P yaitu; *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Physical evidence* (Bukti fisik), dan *Process* (Proses) antara lain sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

Produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian (Kasmir, 2018: 123). Sedangkan menurut pemasaran syariah, produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat, bernilai guna yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi pelanggan.

2. *Price* (Harga)

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya (Kasmir, 2018: 135). Dalam hadits diceritakan bahwa Abu Hurairah juga menuturkan, pernah ada seorang laki-laki mendatangi Rasulullah SAW Ia lalu berkata, “Ya Rasulullah, tetapkanlah harga.” Rasulullah menjawab, “Akan tetapi, aku hanya akan berdoa kepada Allah.” Lalu datang orang lain berkata, “Ya Rasulullah, tetapkanlah harga” Beliau menjawab: “Akan tetapi, Allahlah Yang menurunkan dan menaikkan harga”. (HR Ahmad dan ad-Darimi) Dari hadits di atas dapat disimpulkan bahwa

penetapan harga dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat, merupakan suatu ketidakadilan yang akan dituntut pertanggungjawabannya di hadapan Allah.

3. *Place* (Lokasi)

Yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas dengan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (Kasmir, 2018: 145). Bagi perbankan, pemilihan lokasi (tempat) sangat penting, dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakkan mesin ATM, bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju berikut yang sesuai dengan core business dari perusahaan.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya (Kasmir, 2018:148). Dalam konsep syariah

dalam promosi juga dijelaskan dalam Firman Allah Swt Al-Qur'an surah An-Nisa (4: 29) "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang dapat berlaku dengan jalan kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu."

5. *People* (Orang)

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, *People* yang berfungsi sebagai service provider sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam *People* ini sangat berkaitan dengan seleksi, training, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia. Untuk mencapai kualitas yang terbaik, karyawan harus dilatih dalam *product knowledge*.

Ada tiga kemampuan pada setiap orang, yakni kemampuan: intelektual, fisik, dan kesesuaian kemampuan dan pekerjaan. Adapun fokus SDM ini dalam bidang kemampuan "pemahaman karyawan", sehingga berada pada ranah kemampuan intelektual. Robbins dan Judge (2013: 457) menyatakan bahwa kemampuan intelektual adalah kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktivitas mental; berpikir, menalar, dan memecahkan masalah.

6. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Sifat jasa yang tidak nyata hanya dapat dinilai setelah dikonsumsi akan meningkatkan resiko pengambilan keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian tantangan kritis dalam pemasaran jasa membuat jasa yang lebih nyata dengan cara mengelola bukti fisik. Konsumen tidak dapat melihat jasa

yang ditawarkan, tetapi dapat melihat berbagai bukti fisik yang dapat dihubungkan dengan jasa yang ditawarkan. Apabila berbagai bukti fisik ini dikelola dengan baik akan memudahkan konsumen dalam menilai jasa dan mengurangi risiko dalam mengambil keputusan pembelian.

7. *Process* (Proses)

Proses merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan untuk memasarkan produk barang atau jasa kepada calon pelanggan. Proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran dikoordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada pelanggan. Proses terjadi berkat dukungan karyawan dan tim manajemen yang mengatur semua proses agar berjalan dengan lancar. Proses mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen tersebut memesan hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan. Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. (Hurriyati, 2015: 53)

Proses dapat dibedakan dalam dua cara sebagai berikut.

- a. Kompleksitas (*Complexity*), berhubungan dengan langkah-langkah dan tahap dalam proses
- b. Keragaman (*Divergence*), berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah atau tahap proses

2.1.3 Pengertian Produk

Pengertian produk (*product*) menurut Kotler dan Armstrong (2018: 65) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Stanton (2017: 23) memberikan penjelasan tentang produk, “*a product is a set of tangible and intangible attributes, including packaging, color, price, quality and brand plus the service and reputation of the seller.*” Produk dapat diartikan sekelompok sifat-sifat yang berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*) didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, dan pelayanan yang diberikan produsen yang dapat diterima oleh pelanggan sebagai kepuasan yang dapat ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Produk jasa hanya dapat dirasakan (*intangible*), sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan (*tangible*). Produk *intangible*, tidak kasat mata (tidak dapat diraba).

2.1.4 Pengertian Tabungan

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat

dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No 21 Tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan *Wadiah* dan investasi dana berdasarkan akad *Mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *Wadiah* dan *Mudharabah* (Muchdarsyah, 1993). *Wadiah* dan *Mudharabah* merupakan akad-akad yang digunakan oleh bank syariah untuk produk penghimpunan dana pihak ketiga. Berikut penjelasan prinsip akad syariah:

1. Akad *Wadiah*

Wadiah berasal dari kata *Al- Wadi'ah* yang berarti titipan murni (amanah) dari satu pihak ke pihak yang lain (Antonio, 2001). Menurut Undang-Undang Nomor 02 Tahun 2008 Pasal 20 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Akad *Wadiah* adalah penitipan dana antara pihak pemilik dana dengan pihak penerima titipan yang dipercaya untuk menjaga dana tersebut. *Wadiah* adalah jasa penitipan dana dimana penitip dapat mengambil dan tersebut sewaktu-

waktu. Dengan sistem *Wadiah* pihak yang menyimpan atau menitipkan kepada pihak yang menerima titipan untuk dimanfaatkan atau tidak dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan.

Akad *Wadiah* terbagi menjadi dua jenis:

a. *Wadiah Yad Al-Amanah*

Wadiah yad al-amanah merupakan akad dimana pihak penerima titipan harus menjaga dan memelihara barang titipan dan tidak diperkenankan untuk memanfaatkannya.

b. *Wadiah Yad Dhamanah*

Wadiah Yad Dhamanah adalah akad dimana pihak penerima titipan dapat memanfaatkan barang yang dititipkan. Penerima titipan diperbolehkan memberikan imbalan dalam bentuk bonus.

2. Akad *Mudharabah*

Menurut Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud dengan akad *Mudharabah* dalam pembiayaan adalah akad kerja sama dalam suatu usaha antara pihak pertama (malik, shahibul maal, Bank Syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (*'amil, mudharib, Nasabah*) yang bertindak selaku pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh Bank Syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian.

Menurut Undang-Undang Nomor 02 Tahun 2008 Pasal 20, *Mudharabah* adalah kerjasama antara pemilik dana atau penanam modal dengan pengelola

modal untuk melakukan usaha tertentu dengan bagi hasil. Bagi hasil dari usaha yang dikerjasamakan dihitung sesuai dengan nisbah yang disepakati antara pihak-pihak yang bekerja sama.

A. Dasar Hukum *Mudharabah*

a. Al-Quran

Al Qur'an tidak secara langsung menunjukkan arti dari *Mudharabah* tersebut. Namun secara implisit, kata dasar dha-ra-ba yang merupakan kata dasar *Mudharabah* disebutkan di dalam Al Qur'an sebanyak lima puluh delapan kali (Saeed, 2008: 912).

1) Firman Allah SWT QS. Al-Muzammil (73):20

وَأَخْرُوجَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

Artinya: “dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT...”

Dari surah Al-Muzzammil Ayat 20 kata *yadhribun* yang sama dengan akar kata *Mudharabah* yang berarti melakukan suatu perjalanan usaha (Muhammad, 2005: 95).

2) Firman Allah SWT QS. Al-Jumu'ah (62):10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”

3) Firman Allah SWT QS. Al-Baqarah (2):198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ

Artinya: “Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu.”

Surah Al-Jumu'ah (62):10 dan Al-Baqarah (2):198 sama-sama mendorong kaum muslimin untuk melakukan upaya perjalanan usaha.

b. Haditst

Sedangkan keterangan dari hadits tentang tentang akad *Mudharabah* adalah sebagai berikut;

كَانَ سَيِّدُنَا الْعَبَّاسُ بْنُ عَبْدِ الْمُطَّلِبِ إِذَا دَفَعَ الْمَالَ مُضَارَبَةً اشْتَرَطَ عَلَى صَاحِبِهِ أَنْ لَا يَسْتَلِكَ بِهِ بَحْرًا، وَلَا يَنْزِلَ بِهِ وَادِيًا، وَلَا يَشْتَرِيَ بِهِ دَابَّةً دَاتَ كَيْدٍ رَطْبَةً، فَإِنْ فَعَلَ ذَلِكَ ضَمِنَ، فَبَلَغَ شَرْطُهُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ فَأَجَّازَهُ

(رواه الطبراني في الأوسط عن ابن عباس)

Artinya: “Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Sayyidina Abbas bin Abdul Muthallib jika memberikan dana ke mitra usahanya secara *Mudharabahia* mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengurawi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli hewan ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut, yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikanlah syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah Saw dan Rasulullah pun membolehkannya.” (HR. Thabrani).²

² Nurhayati, S., & Wasilah. (2014). Akuntansi Syariah di Indonesia (3 ed.). Jakarta: Salemba Empat. hlm. 32

Dari Shalih bin Suaib r.a. dari Ayahnya, berkata bahwa Rasulullah SAW bersabda: “tiga hal yang didalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (*Mudharabah*), dan mencampuradukkan gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga bukan untuk dijual.” (H.R. Ibnu Majah)³. Pada dasarnya prinsip syariah mendorong umatnya untuk berupaya menjalankan usaha.⁴

B. Syarat dan Rukun *Mudharabah*

Rukun adalah segala sesuatu yang menyebabkan suatu akad dapat dilaksanakan, sehingga akad tersebut tidak rusak/batal (*fasad*) dalam pelaksanaannya. Berikut adalah rukun *Mudharabah* menurut jumhur ulama:

- 1) Pihak-pihak yang melakukan akad, yaitu pemilik dana (*shahibul maal*) dan pengelola modal (*mudharib*);
- 2) Modal (*Ra'sul Maal*);
- 3) Usaha yang dijalankan (*al-'amal*);
- 4) Keuntungan (*ribh*); dan
- 5) Pernyataan ijab dan kabul (*sighat akad*)⁵

Sedangkan syarat *Mudharabah* berkaitan dengan rukunnya, yaitu sebagai berikut:

- a. Pihak-pihak yang melakukan akad *Mudharabah* disyaratkan harus memiliki kemampuan untuk dibebani hukum/cakap hukum (*mukallaf*) untuk melakukan

³ Rodin, D. (2015). Tafsir Ayat Ekonomi. Semarang: CV Karya Abadi Jaya. hlm. 186

⁴ Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press dan Tazkia Cendikia. hlm. 85

⁵ Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2019). *Standar Produk Mudharabah*. Jakarta: OJK. hlm. 22

kesepakatan, dalam hal ini pemilik modal (*shahibul maal*) akan memberikan kuasa dan pengelola modal (*mudharib*) menerima kuasa tersebut, karena di dalam akad *Mudharabah* terkandung akad wakalah/kuasa.⁶

- b. Modal (*Ra'sul Maal*), status benda yang berada di tangan *mudharib* yang diterima dari *shahib al-mal* dalam bentuk modal. Modal akad *Mudharabah* harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
- 1) Modal harus berupa uang atau barang berharga.
 - 2) Modal harus diserahkan kepada pelaku usaha/*mudharib*.
 - 3) Jumlah modal dalam suatu akad *Mudharabah* harus dinyatakan.⁷
- c. Keuntungan (*ribh*)

Ketentuan *Mudharabah* yang diatur dalam KHES Pasal 198 dan 199 dijelaskan mengenai hak *mudharib* dan *shahibul maal* terkait keuntungan atau imbalan sebagai berikut.

- (1) Pemilik modal berhak atas keuntungan berdasarkan modalnya yang disepakati dalam akad (*nisbah*).
- (2) Pemilik modal tidak berhak mendapatkan keuntungan apabila usaha yang dilakukan oleh *mudharib* merugi.
- (3) Kerugian usaha dan kerusakan barang dagangan dalam kerjasama *Mudharabah* yang terjadi bukan karena kelalaian *mudharib*, dibebankan pada pemilik modal.

⁶ Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2019). *Standar Produk Mudharabah*. Jakarta: OJK. hlm. 23

⁷ Pemerintah Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 02 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah*. Jakarta: Mahkamah Agung Republik Indonesia. hlm. 66

- (4) Keuntungan hasil usaha yang menggunakan modal campuran/shahib al-mal dan *mudharib*, dibagi secara proporsional atau atas dasar kesepakatan semua pihak.
- (5) Kerugian yang diakibatkan oleh meninggalnya *mudharib*, dibebankan pada pemilik modal.⁸

d. Pernyataan ijab dan kabul (*sighat akad*)

Pernyataan ijab dan kabul berarti pemilik dana setuju dengan perannya untuk berkontribusi dana, sementara si pelaksana usaha pun setuju dengan perannya untuk berkontribusi kerja. Dijelaskan dalam KHES Bab VII bagian pertama ketentuan akad *Mudharabah* pada pasal 194 yaitu:

- (1) Status benda yang diberikan oleh *shahibul maal* kepada *mudharib* adalah modal
- (2) *Mudharib* berkedudukan sebagai wakil dari *shahibul maal* dalam menggunakan modal yang diterima
- (3) Keuntungan yang dihasilkan menjadi milik bersama.⁹

C. Jenis-jenis *Mudharabah*

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yang mengatur mengenai akad *Mudharabah* terdapat di dalam buku II bab VIII tentang *Mudharabah* Pasal 191, menjelaskan bahwa *Mudharabah* terbagi menjadi dua jenis: *Mudharabah muthlaqah* dan *Mudharabah muqayyadah*

a. *Mudharabah Muthlaqah*

⁸ Pemerintah Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 02 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah*. Jakarta: Mahkamah Agung Republik Indonesia. hlm. 66-69

⁹ Peraturan Mahkamah Agung. (2008). *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Vol. viii). Mahkamah Agung. hlm 66-69

Yang dimaksud dengan transaksi *Mudharabah muthlaqah* adalah Mutlak atau skema pembiayaan yang tidak dibatasi pada jenis usaha, waktu dan tempat.

b. *Mudharabah Muqayyadah*

Mudharabah muqayyadah atau disebut juga Muqayyad atau skema pembiayaan yang dibatasi pada jenis usaha, tempat dan waktunya. Adanya pembatasan ini mencerminkan kecenderungan umum si *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha.

D. Dasar Hukum *Mudharabah* dalam UU Perbankan Nasional

Dengan telah diberlakukannya UU tentang Perbankan Syariah, maka terdapat 2 (dua) UU yang mengatur Perbankan di Indonesia, yaitu UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 tahun 1998, dan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.¹⁰ Dalam Pasal 19 disebutkan dalam point (b) Kegiatan Usaha Bank Umum Syariah meliputi;

Menghimpun dana dalam bentuk Investasi berupa Deposito, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad *Mudharabah* atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.¹¹

E. Aplikasi *Mudharabah* dalam Produk Tabungan Perbankan

Dalam produk tabungan, nasabah dapat memilih untuk menggunakan akad *wadiah* atau *Mudharabah*. Produk penghimpunan dana (*funding*) di bank

¹⁰ Hermanto, B. (2012). *Hukum Perbankan Syariah*. Suska Press. hlm. 79

¹¹ Pemerintah Indonesia. (2008). *Undang-Undang Perbankan Syariah No 21 Tahun 2008*. <https://jdih.kemenkeu.go.id/FullText/2008/21TAHUN2008UU.HTM>. Diakses pada tanggal 30 Maret 2023 jam 12:48 WIB

syariah selama ini menawarkan tiga produk yaitu giro, tabungan, dan deposito.¹² Pada produk tabungan bank syariah ada yang menggunakan akad *wadiah* dan ada bank syariah yang menggunakan akad *Mudharabah*. Akad *Mudharabah* digunakan pada produk penghimpunan dana, salah satunya adalah produk Tabungan Haji.

2.1.5 Pengertian Tabungan Haji

Fatwa DSN-MUI mengenai tabungan haji terdapat pada No.1 Tahun 2000, tabungan haji sama seperti halnya tabungan biasa yang menggunakan akad *Mudharabah* hanya saja tabungan ini khusus untuk rencana haji. Tabungan Haji adalah simpanan yang menggunakan akad *Mudharabah* yang Penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji. Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat Ali-Imran Ayat 97:

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya: "Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam."

Selain itu mengingat Hadits Nabi Muhammad SAW. dari Ibnu Umar yang berbunyi:

¹² Trimulato. (2016). Pengembangan Produk *Funding* dengan Akad Musyarakah pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, Makassar: Universitas Muhammadiyah Parepare. hlm.21

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ مُوسَى قَالَ أَخْبَرَنَا حَنْظَلَةُ بْنُ أَبِي سُفْيَانَ عَنْ عِكْرِمَةَ بْنِ خَالِدٍ عَنْ ابْنِ عُمَرَ
 قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا
 مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ وَالْحَجِّ وَصَوْمِ رَمَضَانَ

Artinya, “Telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Musa dia berkata, telah mengabarkan kepada kami Hanzhalah bin Abu Sufyan dari ‘Ikrimah bin Khalid dari Ibnu Umar berkata: Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda: Islam dibangun di atas lima (landasan); persaksian tidak ada ilah selain Allah dan sesungguhnya Muhammad utusan Allah, mendirikan shalat, menunaikan zakat, haji dan puasa Ramadhan." (Muslim, 2011: 8)

Al-Qur’an dan as-Sunnah menetapkan bahwasanya haji itu merupakan fadhu ‘ain bagi muslimin dan muslimat yang sanggup mengerjakannya. Ibadah haji ditekankan kepada muslim yang mampu untuk naik haji. Dengan adanya tabungan haji nasabah dapat menabung di Bank Syariah yang bekerja sama dengan Kementerian Agama sebagai penerima setoran haji. Jika dana nasabah sudah terkumpul pihak bank baru akan melakukan proses pendaftaran dan pemorsian haji di Kementerian Agama.

2.1.6 Pengertian iB Masalah

iB Masalah merupakan identitas pada produk yang ditawarkan oleh PT. Bank BJB Syariah. *Mark* (simbol) dari iB menjadi salah satu faktor penting untuk branding produk. Brand mark adalah suatu simbol atau desain yang digunakan untuk memberikan identitas pada produk atau untuk membedakannya dengan

produk lain. Dengan adanya *mark* (simbol) dalam suatu kemasan menjadikan sebuah identitas produk tersebut berbeda dengan kompetitor lain.

a. Definisi iB

"iB" (dibaca: ai-Bi) singkatan dari *Islamic Banking* yang dipopulerkan sebagai penanda identitas bersama industri perbankan syariah di Indonesia yang diresmikan sejak 2 Juli 2007. Penggunaan identitas bersama ini bertujuan agar masyarakat dengan mudah dan cepat mengenali tersedianya layanan jasa perbankan syariah di seluruh Indonesia.

Gambar 2.1 Logo iB (Islamic Banking)



Sumber: <http://www.ojk.go.id>, 2023

Logo iB merupakan penanda identitas industri perbankan syariah di Indonesia yang mewujudkan nilai-nilai inti dari sistem perbankan syariah yang amanah. Dengan semakin banyaknya bank yang menawarkan produk dan layanan perbankan syariah, kehadiran logo iB memudahkan masyarakat untuk mengetahui dan menemukan dengan cepat keunggulan layanan perbankan syariah untuk kebutuhan transaksi uangnya.

b. Definisi Masalah

Kata masalah berasal dari kata “shalaha” yang secara arti kata berarti baik. Masalah merupakan mashdar dari kata “shalah” yaitu manfaat atau terlepas dari kerusakan (Firmanda, 2014; Norman, 2020). Masalah, secara etimologi adalah kata tunggal dari “al-masalih”, yang searti dengan kata “shalah”, yaitu "mendatangkan kebaikan" (Umar, 2007: 112). Imam Al-Ghazali, mengemukakan bahwa pada prinsipnya Masalah adalah mengambil manfaat dan menolak kemudaratan (sesuatu yang tidak menguntungkan).¹³

2.1.7 Pengertian Bank

Bank adalah sebuah badan usaha yang berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan).

Menurut Kasmir (2018: 7) menyatakan secara sederhana bahwa, “Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya”.

Menurut Sumarna (2019: 120) menyatakan, “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan mentransfernya

¹³ Nasrun Haroen, *Ushul Fiqh 1* (Ciputat: PT. Logos Wacana Ilmu, 1997), 114.

dalam bentuk pinjaman atau layanan lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Lembaga pengaturan keuangan ini memberikan kemudahan bagi pihak yang memiliki dana lebih dan pihak dengan sumber daya lebih sedikit, menyederhanakan transaksi, serta mencari profit”.

Menurut Yulisari et al., (2021: 31), bank adalah lembaga yang bertindak sebagai penyimpan dan penyalur dana untuk orang yang membutuhkan.

Menurut Ajuha (2017: 2) “Bank mengalihkan modal dari mereka yang tidak dapat menggunakannya secara menguntungkan kepada mereka yang dapat membuatnya lebih produktif untuk kepentingan masyarakat”.

Dengan beberapa pengertian di atas, maka penulis menarik kesimpulan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang beroperasi menawarkan fasilitas simpanan dan pinjaman tertentu yang diperuntukkan mensejahterakan perekonomian rakyat.

Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) jenis-jenis bank antara lain Bank Umum, Bank Perkreditan Rakyat (BPR), dan Bank Syariah.

1. Pengertian Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melakukan kegiatan usaha konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang aktivitasnya menawarkan jasa dalam transaksi atau lalu lintas pembayaran.

2. Pengertian Bank Perkreditan Rakyat

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melakukan aktivitas usaha konvensional atau didasarkan pada prinsip syariah yang dalam operasinya tidak menawarkan layanan jasa transaksi pembayaran.

3. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang berfungsi berdasarkan prinsip bagi hasil menawarkan sistem perbankan alternatif satu sama lain yang menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta pemerintah kota dan memiliki karakteristik dalam aspek keadilan transaksi, investasi yang etis, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi dan menghindari spekulasi dalam bertransaksi keuangan.

2.1.8 Pengertian Bank Syariah

Berdasarkan Undang Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dengan kata lain, Perbankan Syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).

Bank syariah atau bank bebas bunga secara umum dapat disebut sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Quran dan Hadits Rasulullah 'Shallallahu 'Alaihi wa Sallam. Dengan mengacu pada petunjuk al-Quran dan Hadist:

1) Firman Allah SWT QS. Al-Baqarah (2): 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

2) Firman Allah SWT QS. An-Nisa (4): 279

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

Dalam surah di atas, Allah Swt. telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan berbagai praktek riba serta menyuruh makhluk-Nya dengan mengarahkan pada jalan perniagaan dengan prinsip suka sama suka. Dalam kegiatan usahanya Bank Syariah menghimpun dana dalam bentuk Simpanan berupa Giro, Deposito, dan Tabungan. Bank Syariah juga menyalurkan Pembiayaan, serta jasa lainnya berdasarkan Akad Syariah. Hal tersebut sejalan dengan isi dari Undang-Undang No. 21 Tahun 2010 tentang Perbankan Syariah.

Bank Syariah menawarkan produk penghimpunan dana (*funding*), maupun pada produk pembiayaan (*financing*). Produk penghimpunan dana (*funding*) di bank syariah selama ini menawarkan tiga produk yaitu giro, tabungan, dan deposito. Pada produk giro bank syariah banyak menggunakan akad *wadiah*, yaitu akad yang berupa titipan. Pada produk tabungan bank syariah ada yang menggunakan akad *wadiah* dan ada bank syariah yang menggunakan akad *Mudharabah*. Sedangkan pada produk deposito semua bank syariah menggunakan akad *Mudharabah*.

Pada prinsipnya akad yang menggunakan pola bagi hasil di bank syariah yaitu akad *Mudharabah* dan musyarakah. Akad *Mudharabah* digunakan pada produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana di bank syariah. Sedangkan akad musyarakah hanya digunakan pada produk pembiayaan, dan tidak digunakan pada produk penghimpunan dana (*financing*).

Hal ini membawa keuntungan karena dapat membantu untuk semakin mendukung perkembangan perbankan syariah di Indonesia, dengan ini keuntungan Perbankan syariah lebih mudah dirasakan oleh masyarakat. Di era reformasi telah berdiri berbagai bank syariah, diantaranya adalah PT. Bank BJB Syariah.

2.2 Pendekatan Masalah

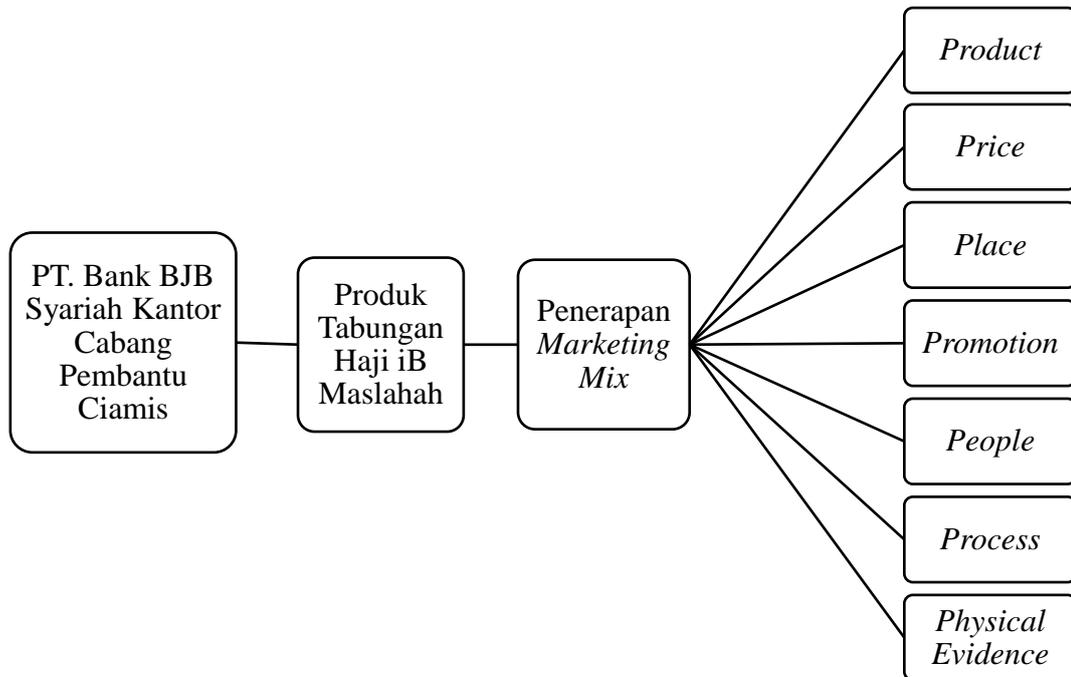
Timbulnya tantangan bagi calon jamaah haji akibat kenaikan biaya haji tahun ini bisa dihadapi jika pemahaman masyarakat mengenai perencanaan keuangan sudah matang. Maka dari itu terdapat beberapa bank syariah di Indonesia yang memiliki produk Tabungan Haji, salah satunya adalah PT. Bank BJB Syariah yang menawarkan produk Tabungan Haji iB Masalah yang bertujuan untuk memfasilitasi aktivitas keuangan dan memenuhi kebutuhan persiapan haji masyarakat, mulai dari perorangan maupun kelompok, dilengkapi dengan berbagai fasilitas dan jasa demi kenyamanan dan kemudahan nasabah.

Dalam sebuah kegiatan perusahaan tidak lepas dari yang namanya *marketing* (pemasaran), dimana pemasaran adalah salah satu hal terpenting dalam pertumbuhan bisnis dan pertumbuhan nilai ekonomi. Dalam operasi pemasaran strategi pemasaran perlu diterapkan dalam mempertahankan atau meningkatkan bisnis perbankan syariah yang dikelolanya.

Salah satu unsur strategi pemasaran terpadu adalah strategi *Marketing Mix* adalah strategi kombinasi yang diterapkan oleh berbagai perusahaan. Maka kombinasi yang terkandung dalam komponen bauran pemasaran harus terpadu. Ini berarti penerapan dan pelaksanaan bauran pemasaran harus dilakukan dengan memperhatikan antara satu komponen dengan komponen lainnya.

Untuk mengetahui Penerapan *Marketing Mix* pada Produk Tabungan Haji iB Masalah di PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis dilakukan penelitian yang terfokus pada elemen 7P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga),

Place (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Physical Evidence* (Bukti fisik), dan *Process* (Proses).



Sumber: Data diolah oleh penulis, 2023

Gambar 2.2 Skema Pendekatan Masalah