

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Produk

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia strategi adalah rencana yang mengenai kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sasaran khusus. Konsep strategi *identic* dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang, di mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagi dan pengguna kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Atau lebih singkatnya strategi adalah rencana jangka panjang suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Ada beberapa definisi strategi dari beberapa ahli, diantaranya:

- a. John A. Bryne dalam buku Ali Hasan mendefinisikan strategi adalah sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan.
- b. Hamel dan Prahalad dalam buku Husein Umar mendefinisikan strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.¹

Strategi merupakan suatu sarana yang digunakan dalam pencapaian tujuan akhir atau sasaran. Dalam sebuah pelaksanaan proses kegiatan sangatlah diperlukan adanya perencanaan yang mempunyai strategi dan

¹ Muhammad Syahidul Ikroby, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Wadi’ah Iqtishady dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Koperasi Serba Usaha Bmt Al-Iqtishady Mataram”, Skripsi: Universitas Islam Negeri Mataram (2021) <https://etheses.uinmataram.ac.id/3624/1/Muhammad%20Syahidul%20Ikorby%20170502258-.pdf>

sesuai dengan sasaran. Sebelum lebih jauh kita mengartikan strategi pengembangan pembelajaran, terlebih dahulu tahu tentang strategi. Di masyarakat strategi diartikan sebagai cara khusus untuk dapat/mencapai suatu tujuan atau maksud. Dalam bahasa Inggris, strategi berarti siasat. Secara sederhana strategi merupakan hasil buah pikiran seseorang terhadap analisis obyek disebabkan ada sesuatu yang ingin dicapai.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana pemasaran merupakan suatu cara mempromosikan sebuah produknya. Semua karyawan terlibat dalam memasarkan produk-produk yang ditawarkan. Tujuan perusahaan dibidang pemasaran yakni menjual produk sebanyak-banyaknya untuk mengembangkan perusahaan menjadi besar supaya dikenal banyak orang dan mencari keuntungan. Tujuan pemasaran sendiri adalah mengetahui dan memahami para pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan cocok dengan apa yang mereka butuhkan atau yang mereka inginkan.²

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial kegiatan tawar-menawar dan bertukar sesuatu satu sama lain. Strategi pemasaran adalah upaya produk, baik itu barang ataupun jasa, dengan menggunakan rencana dan taktik tertentu untuk mendapatkan jumlah penjualan yang tinggi. Tujuan konsep pemasaran adalah rasa puas terhadap harapan konsumen. Strategi pemasaran dalam penjualan produk yaitu salah satu pertimbangan penting dari pemilik dan manajersuatu perusahaan atau unit.³

Sedangkan Menurut Swatsha dan Sukotjo, pemasaran adalah sistem dari keseluruhan kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menetapkan, mempromosikan dan mendistribusikan kebutuhan kepada

² Kamilia Nur Wahyu Ningsih, "Strategi Pemasaran Pembiayaan Mikro Sanitasi Berbasis Akad Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Syirkah Fastabiqul Khoirot Cabang Jatiroto", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, Vol.1 2020, 38.

³ Muhammad Yusuf Aria Widjaja, "Strategi Pemasaran Produk Simpanan Qurban Koperasi Syariah Mitra Usaha Ideal (KOPSYAH MUI) Cabang Dukun Gresik", *Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, Vol.5, No.1, 2023, 27.

pembeli yang ada. Menurut Wiliam J staton Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditunjukkan merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.⁴

Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah penetapan kebijakan pemasaran dengan mengendalikan faktor yang dapat dikuasai, serta faktor diluar kekuatan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemuasan konsumen (*marketing strategi*). Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dengan pelaksanaan dan evaluasi yang menyeluruh, pada bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan adanya strategi pemasaran maka implementasi program dan menciptakan tujuan perusahaan dapat dilakukan secara efektif, sadar, dan rasional.⁵

2. Tujuan Strategi Pemasaran

Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek pasar dan pemasaran jika ide bisnis tersebut dapat menghasilkan produk yang dapat diterima pasar (dibutuhkan dan di inginkan oleh calon

⁴ Denis Herlambang, "Upaya Membangun Pengetahuan Konsumen dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Syariah Pada Koperasi Muhammadiyah Jatim Pakis Malang", Skripsi: Universitas Islam Negeri Malang, (2013). Diakses pada 7 Maret 2024, <http://etheses.uin-malang.ac.id/2370/>.

⁵ Muhammad Syahidul Ikroby, "*Strategi Pemasaran Produk Simpanan Wadi'ah Iqtishady dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Koperasi Serba Usaha Bmt Al-Iqtishady Mataram*", Skripsi: Universitas Islam Negeri Mataram (2021) <https://etheses.uinmataram.ac.id/3624/1/Muhammad%20Syahidul%20Ikorby%20170502258-.pdf>

konsumen) dengan tingkat penjualan yang menguntungkan. Tujuan dari pemasaran yaitu, menciptakan permintaan atau *demand*, kepuasan pelanggan, peningkatan keuntungan, pencitraan produk yang baik dimata publik, menciptakan pelanggan baru. Adapun secara spesifik analisis aspek pasar dan pemasaran dalam studi kelayakan bertujuan untuk:⁶

- a. Menganalisis permintaan atas produk yang akan di hasilkan.
- b. Menganalisis ketersediaan rekanan atas pemasok faktor produksi yang dibutuhkan.
- c. Menganalisis kegiatan strategi pemasaran yang akan digunakan.

3. Strategi Pemasaran Produk

Untuk mencapai hasil pemasaran yang maksimal, perlu diciptakan konsep pemasaran yang baik dengan mendefinisikan beberapa hal, antara lain:

a) *Segmenting* (Segmentasi pasar)

Segmentasi pasar adalah pembagian daripada pasar secara keseluruhan kedalam kelompok-kelompok untuk penyesuaian yang lebih tepat dan konkret dari suatu produk, sesuai dengan keinginan, kebutuhan serta karakteristik konsumen. Menurut Kotler segmentasi pasar yaitu usaha klasifikasi pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis-jenis produk tertentu. Perusahaan menetapkan cara dalam memisahkan pasar tersebut, dan mengembangkan profil-profil yang ada pada setiap segmen pasar, dan menilai masing-masing daya tarik segmen pasar. Tujuan perusahaan melakukan segmentasi pasar antara lain:

1. Supaya mudah dilakukan analisis pasar.
2. Supaya pasarnya lebih mudah dibedakan.
3. Supaya layanan kepada pembeli lebih baik.
4. Supaya tujuan pemasaran lebih efektif dan efisien, yaitu hasil penjualan lebih besar dan biaya relatif kecil atau murah.

⁶ Kamilia Nur Wahyu Ningsih, "Strategi Pemasaran Pembiayaan Mikro Sanitasi Berbasis Akad Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Syirkah Fastabiqul Khoirot Cabang Jatiroto", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, Vol.1, 2020, 41.

b) *Targeting* (Sasaran pasar)

Setelah selesai melakukan segmentasi pasar, maka diperoleh beberapa segmen yang diinginkan. Pertimbangan untuk memilih segmen adalah besarnya segmen yang akan dipilih, luasnya segmen dan kemampuan perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Setelah teridentifikasi jumlah serta ukuran dan luasnya segmen yang ada, maka langkah selanjutnya adalah menetapkan pasar sasaran yang diinginkan. Menetapkan sasaran pasar artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani, artinya menerapkan sasaran pasar dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.

c) *Positioning* (Posisi pasar)

Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Produk atau jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki dengan cara menentukan dimana posisi yang ingin ditempati dalam segmen tersebut. Memilih dan melaksanakan strategi penentuan posisi pasar perlu dilakukan dengan berbagai tahap agar hasil yang diharapkan optimal. Tahapan dalam memilih dan melaksanakan strategi penentuan posisi sebagai berikut:

- a. Identifikasi keunggulan kompetitif.
- b. Memilih keunggulan kompetitif yang tepat
- c. Mengkomunikasikan dan mewujudkan posisi yang dipilih.⁷

Pada umumnya harga yang ditetapkan perusahaan disesuaikan dengan strategi perusahaan secara keseluruhan dalam menghadapi situasi dan keadaan yang berubah-ubah. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan untuk suatu produk yang dihasilkan dapat didasarkan atas

⁷ Faridatul Sa'adah, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah", *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol.I, No.2, 14.

strategi harga yang seragam atau serupa untuk seluruh daerah atau segmen pasar-pasar yang dilayani disebut (*single pricing*), dan strategi harga yang tidak sama atau berbeda-beda untuk beberapa daerah atau segmen pasar (*multi pricing*).⁸

B. Koperasi Syariah

1. Pengertian Koperasi Syariah

Koperasi adalah perkumpulan otonom dari orang-orang yang bergabung secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial dan budaya mereka yang sama melalui perusahaan yang dimiliki dan diawasi secara demokratis. Terdapat beberapa definisi koperasi yang selama ini dikenal. Koperasi adalah suatu perserikatan dengan tujuan bersama yang terdiri dari mereka-mereka yang lemah dan selalu berusaha untuk tidak memikirkan diri mereka sendiri, sehingga masing-masing dari mereka sanggup menjalankan kewajibannya dan mendapatkan imbalan yang pantas atas kerja mereka terhadap organisasi.

Pengertian koperasi menurut UU No.25 Tahun 1992 Pasal 1 “Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan”. Prinsip-prinsip koperasi adalah suatu pedoman yang harus ada dalam sebuah koperasi yang menjadi penuntun pelaksanaan nilai-nilai koperasi. Pada dasarnya, prinsip-prinsip koperasi merupakan jati diri atau ciri khas dari koperasi. Adanya prinsip koperasi ini menjadikan watak koperasi sebagai organisasi yang berbeda dengan organisasi-organisasi yang lain.⁹

Koperasi Syariah adalah segala bentuk usaha yang dilakukan oleh koperasi syariah harus mengacu pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia serta peraturan yang berlaku di Indonesia. Maka tidak diperkenankan koperasi syariah melakukan usaha dalam bidang-bidang yang

⁸ Swasta Bashu, *strategi Pemasaran dalam Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2000), 8.

⁹ Agung Saputra, “Strategi Pengembangan Koperasi Serba Usaha (KSU) di Kota Medan”, *Jurnal Administrasi Publik dan Kebijakan (JAPK)*, Vol.1, No.1, 2021, 4.

mengandung unsur *maysir*, *gharar*, dan *riba* karena jelas bertentangan dengan prinsip syariah serta tidak diperkenankan pula koperasi syariah melakukan transaksi derivatif sebagaimana lembaga keuangan syariah lainnya karena Peraturan Perundang-undangan sudah menentukan jenis usaha yang boleh dilakukan untuk masing-masing lembaga keuangan tertentu.¹⁰

Koperasi Syariah adalah segala bentuk usaha yang dilakukan oleh koperasi syariah harus mengacu pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia serta peraturan yang berlaku di Indonesia. Maka tidak diperkenankan koperasi syariah melakukan usaha dalam bidang-bidang yang mengandung unsur *maysir*, *gharar*, dan *riba* karena jelas bertentangan dengan prinsip syariah serta tidak diperkenankan pula koperasi syariah melakukan transaksi derivatif sebagaimana lembaga keuangan syariah lainnya karena Peraturan Perundang-undangan sudah menentukan jenis usaha yang boleh dilakukan untuk masing-masing lembaga keuangan tertentu.¹¹

Koperasi Syariah adalah Koperasi yang didirikan, dikelola dan menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Koperasi Syariah dapat menerima zakat, wakaf, infaq, shadaqah dan dana sosial lainnya serta menyalurkannya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan mengikuti ketentuan Fatwa Majelis Ulama Indonesia, menggunakan akad yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, diantaranya dengan prinsip dan akad jual beli, jasa, dan kerjasama usaha. Akad kerjasama usaha yang dilakukan koperasi syariah dalam kegiatan usaha diantaranya akad musyarakah, musyarakah munthahiyah bi tamlik, musyarakah mutanqishah, mudharabah, dan mudharabah musyarakah.¹²

Menurut Masjfuk Zuhdi, yang dimaksud dengan Koperasi Syariah adalah suatu perkumpulan atau organisasi yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum yang bekerja sama dengan penuh kesadaran untuk

¹⁰ Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2015.

¹¹ Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2015.

¹² Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 141/DSN-MUI/VIII/2021 Tentang Pedoman Pendirian dan Operasional Koperasi Syariah.

meningkatkan kesejahteraan anggota atas dasar suka rela secara kekeluargaan. Koperasi syariah secara teknis bisa dibilang sebagai koperasi yang prinsip kegiatan, tujuan dan kegiatan usahanya berdasarkan pada syariah islam yaitu Al-quran dan As-sunah. Pengertian umum dari koperasi syariah adalah badan usaha koperasi yang menjalankan usahanya dengan prinsip-prinsip syariah. Apabila koperasi memiliki unit usaha produktif simpan pinjam, maka seluruh produk dan operasionalnya harus dilaksanakan dengan mengacu kepada fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia.¹³

Koperasi syariah merupakan wadah perekonomian masyarakat Islam yang beranggotakan orang-orang atau badan yang bersifat terbuka dan suka rela yang berprinsip tolong-menolong dalam memperjuangkan kesejahteraan seluruh anggota secara menyeluruh. koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah merupakan koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpan pinjam dan pembiayaan sesuai prinsip syariah. Koperasi syariah nampaknya menjadi lahan subur untuk tumbuh dan berkembang di tengah perkembangan masyarakat muslim yang mulai sadar dan membutuhkan pengelolaan sistem ekonomi berbasis syariah di tengah kelusuan koperasi konvensional.¹⁴

2. Landasan Hukum Koperasi Syariah

- a. Berdasarkan Pancasila dan UUD 1945
- b. Berasaskan Kekeluargaan
- c. Berlandaskan Syariah Islam yaitu Al-Qur'an dan As-sunnah dengan saling tolong menolong dan menguatkan. Contoh Ayat Al-Qur'an sebagai berikut :

Berdasarkan (Q.S An-nisa: 29)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

¹³ H.Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 292.

¹⁴ Maria Ira Susanti, "Peran Koperasi Serba Usaha (KSU) Mitra Maju dalam Meningkatkan Kesejahteraan Anggota di Kampung Sumber Sari Kabupaten Kutai Barat", *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, Vol.3, No. 2, 2015, 559.

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling memakan harta sesama kalian dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kalian. Dan janganlah kalian membunuh diri kalian, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepada kalian.*¹⁵

Berdasarkan (Q.S Al-Baqarah: 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 ۗ فَمَنْ جَاءَهُ ۙ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ ۙ
فَانْتَهَىٰ فَلَهُ ۗ مَا سَلَفَ ۗ وَأَمْرُهُ ۗ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

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. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.*¹⁶

Berdasarkan (Q.S Al-Maidah: 1)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحْلَىٰ
الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.*¹⁷

¹⁵ Al-Quran Al-Karim, Mushaf Madinah, Darsyafi'i, Al-Quran An-Nisa Ayat 29, 83.

¹⁶ Al-Quran Al-Karim, Mushaf Madinah, Darsyafi'i, Al-Quran Al-Baqarah Ayat 275, 47.

¹⁷ Al-Quran Al-Karim, Mushaf Madinah, Darsyafi'i, Al-Quran Qs Al-Maidah Ayat 1, 106.

Berdasarkan Fatwa DSN-MUI/VII/2012 yaitu mengenai Penerapan Prinsip Syariah, bahwa dalam LKS (Lembaga Keuangan Syariah) yang menyalurkan dana harus memastikan bahwa akad yang digunakan dalam penyaluran dana tersebut harus berbasis syariah dan tidak boleh berbasis ribawi.¹⁸

3. Prinsip-prinsip Koperasi Syariah

Prinsip selalu dihubungkan menjadi bagian mendasar acuan, kegiatan atau usaha untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Prinsip dalam koperasi syariah sama dengan lembaga ekonomi islam lainnya yang menjadikan dasar operasional kegiatanyang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadist sebagai acuan dalam kegiatan berkoperasi. Dalam kegiatan berkoperasi diperlukan prinsip yang dijadikan pedoman untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Secara konseptual prinsip tidak lepas dari kebiasaan-kebiasaan yang sering terjadi dalam kegiatan berkoperasi, Adapun prinsip tersebut antara lain:

- a. Meyakini bahwa kekayaan adalah amanah Allah yang tidak dapat di miliki siapa pun secara mutlak
- b. Kebebasan muamalah diberikan kepada manusia sepanjang masih bersesuaian dengan syariah islam
- c. Manusia merupakan khalifah Allah dan pemakmur bumi
- d. Menjunjung tinggi keadilan dan menolak semua bentuk ribawi dan pemusatan sumber daya ekonomi pada segelintir orang.¹⁹

4. Tujuan Koperasi Syariah

- a. Mensejahterakan ekonomi anggotanya sesuai norma dan moral islam:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah langkah syetan, karena sesungguhnya syetan itu musuh nyata bagimu”.

- b. Menciptakan persaudaraan dan keadilan sesama anggota:

“Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki serta seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-

¹⁸ Ninik Widiyanti, *Koperasi dan Dasar Hukum Syariah Perekonomian Syariah*, (Jakarta: PT Bina Adi Aksara, 2003), 5.

¹⁹ Sofian, “Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat antara Religius dan Kemudahan Layanan” *Jurnal Fiqih Muamalah*, Vol.9, No.2, 2018, 12.

bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal”.

Koperasi syariah memiliki tujuan untuk mensejahterakan perekonomian anggota sesuai dengan aturan dan akhlak syariah, menjalin keadilan dan persaudaraan sesama anggota, serta membagi pendapatan dan kekayaan antar anggota secara merata berdasarkan kontribusi yang diberikan. Memahami bahwa manusia hanya memiliki pemahaman yang kreatif dan menikmati kebebasan pribadinya dalam kesejahteraan sosial untuk taat kepada Tuhan, meningkatkan kesejahteraan anggotanya, terutama seluruh lapisan masyarakat, dan berkontribusi pada terwujudnya tatanan ekonomi yang berkeadilan sesuai dengan ajaran Islam. Dengan tujuan yang sudah diatur dalam hukum syariat Islam, maka koperasi syariah sudah seharusnya memperhatikan bagaimana harta itu bisa dimanfaatkan tidak hanya untuk kebutuhan individu, tapi juga bisa menjadi manfaat untuk masyarakat seluruhnya.²⁰

Tujuan utama koperasi syariah yakni memajukan kesejahteraan anggotanya sesuai dengan norma dan moral syariah yang ada, yaitu dengan cara halal dan meninggalkan perbuatan yang haram. Koperasi syariah berfungsi untuk melakukan dua hal penting, yaitu tahsil, yakni mengamankan manfaat dan ibqa, yaitu mencegah kerusakan atau cedera seperti yang diarahkan oleh Pemberi Hukum. Masalah di sisi lain adalah perangkat hukum yang digunakan dalam teori hukum Islam untuk mempromosikan kepentingan publik dan mencegah kejahatan sosial atau korupsi.²¹

5. Peran dan Fungsi Koperasi Syariah

Jenis koperasi syariah ini memiliki fungsi tertentu yang tidak ditemukan pada jenis koperasi lainnya. Adapun beberapa fungsi koperasi syariah adalah sebagai berikut:

²⁰ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2000), 293.

²¹ Warno dan Sri Wiranti Setiyanti, “Konsistensi Penerapan Sak Syariah pada Koperasi Syariah”, *Jurnal Stie Semarang*, Vol 6, No.2, 2014.

1. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan anggota pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya, guna meningkatkan kesejahteraan sosial ekonominya.
2. Memperkuat kualitas sumber daya insani anggota, agar menjadi lebih amanah, professional (*fathonah*), konsisten, dan konsekuen (istiqomah) di dalam menerapkan prinsip-prinsip ekonomi islam dan prinsip-prinsip syariah islam.
3. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.
4. Sebagai mediator antara menyanggah dana dengan penggunaan dana, sehingga tercapai optimalisasi pemanfaatan harta.
5. Memperkuat kelompok anggota, sehingga mampu bekerja sama melakukan kontrol terhadap koperasi secara efektif.
6. Mengembangkan dan memperluas kesempatan kerja. Menumbuhkan dan mengembangkan usaha-usaha produktif anggota.²²

C. Hukum Ekonomi Syariah

1. Pengertian Hukum Ekonomi Syariah

Hukum ekonomi syariah dalam koperasi mengatur aktivitas ekonomi seperti produksi, distribusi, dan konsumsi agar sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai syariah yang mencakup *maysir*, *gharar*, hal-hal yang diharamkan, serta pengelolaan harta yang harus inklusif, produktif, mengutamakan kepentingan publik, dan menjaga keseimbangan alam. Koperasi syariah adalah lembaga ekonomi yang menerapkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan nilai syariah dan bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota melalui prinsip-prinsip seperti keadilan, kebersamaan, dan kepedulian sosial. Konstruksi norma hukum koperasi syariah ke dalam sistem hukum koperasi nasional akan menjamin kepastian hukum bagi para pelaku ekonomi koperasi berbasis syariah dan semakin memperkuat kelembagaan koperasi syariah serta menjadikan koperasi syariah semakin berkembang dalam rangka mewujudkan

²² Sofian, "Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat antara Religius dan Kemudahan Layanan" *Jurnal Fiqih Muamalah*, Vol.9, No.2, 2018, 14.

kesejahteraan anggotanya sekaligus meningkatkan pendapatan nasional.

2. Landasan Hukum Ekonomi Syariah

Berbicara mengenai landasan hukum ekonomi syariah, tentu saja perlu merujuk kembali kepada al-Quran dan hadis. Al-Quran Surat an-Nisa' ayat 59 dan hadis Mu'az bin Jabal dapat dijadikan sebagai rujukan untuk menentukan sumber hukum yang dapat dijadikan sebagai landasan hukum bagi eksistensi ekonomi syariah. Selengkapnya QS. an-Nisa': 59 dan hadis Mu'adz adalah sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ
وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٥٩

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (al-Qur'an) dan Rasul (sunah), jika kamu benar-benar mengimani Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagi kalian) dan lebih baik akibatnya.” (QS. an-Nisa': 59).*²³

Ayat tersebut di atas memiliki makna bahwa setiap muslim wajib mengikuti kehendak Allah, kehendak Rasul dan kehendak ulil amri. Kehendak Allah adalah menjauhi larangan-Nya dan melaksanakan perintah-Nya sesuai yang diturunkan melalui al-Quran. Perintah menaati Rasul adalah menjalankan perintah yang diberikan Rasul melalui sunah. Dalam hal ini sunah tersebut paralel dengan al-Quran yang berasal dari Allah SWT. Ulil amri adalah orang yang mempunyai kekuasaan berupa ilmu pengetahuan untuk mengalirkan ajaran hukum Islam dari dua sumber utama yaitu al-Qur'an dan hadis.²⁴

3. Asas-Asas Hukum Ekonomi Syariah

Menurut Fathurrahman Djamil asas-asas hukum ekonomi syariah

²³ Al-Quran Al-Karim, Mushaf Madinah, Darsyafi'i, Al-Quran An-Nisa Ayat 29, 83.

²⁴ Khotibul Umam, *Hukum Ekonomi Syariah Perguruan Tinggi*, (Jakarta: Abdul Rasyid, 2021), 2.

berdasarkan hukum Islam, sebagai berikut:²⁵

1. Asas ketuhanan (*al-Urubiyah*)

Asas ini merupakan salah satu prinsip utama dalam hukum ekonomi syariah yang menekankan bahwa segala sesuatu di alam semesta ini adalah milik Allah, termasuk segala sumber daya dan harta benda

2. Asas Kebebasan (*Al-Hurriyah*)

Pihak-pihak yang melakukan kontrak mempunyai kebebasan untuk melakukan suatu perjanjian, baik tentang obyek perjanjian, baik tentang obyek perjanjian maupun syarat-syaratnya, termasuk menetapkan cara-cara penyelesaian sengketa apabila terjadi di kemudian hari.

3. Asas Persamaan dan Kesetaraan

Asas ini memberikan landasan bahwa kedua belah pihak yang melakukan kontrak mempunyai kedudukan yang sama atau setara antara satu dengan yang lainnya dan tidak ada perbedaan antara kedua belah pihak.

4. Asas Keadilan (*Al-adalah*)

Pelaksanaan asas ini dalam kontrak dituntut untuk berlaku benar dalam mengungkapkan kehendak dan keadaan, memenuhi persetujuan yang telah disepakati bersama dan memenuhi segala hak dan kewajiban, tidak ada kezaliman dan tanpa merugikan pihak lain yang terlibat dalam kontrak tersebut.

5. Kerelaan (*Al-Ridha*)

Asas ini menyatakan bahwa semua kontrak yang dilakukan oleh para pihak harus didasarkan kepada kerelaan semua pihak yang membuatnya.

6. Kejujuran dan Kebenaran (*Ash-Shidiq*)

Kejujuran adalah suatu salah satu nilai etika yang paling tinggi dalam Islam. Nilai kebenaran memberikan pengaruh pada pihak-pihak yang melakukan perjanjian tidak berdusta, menipu, dan melakukan penipuan.

7. Tertulis (*Al-Kitabah*)

Asas lain dalam melakukan kontrak adalah keharusan untuk

²⁵ Emmanuel Raja Damaitu, "Perbandingan Asas Perjanjian dalam Hukum Islam dan Kitab Undang-undang Hukum Perdata", *Jurnal Repertorium*, Vol.2 No.1 (2014): 62.

melakukannya secara tertulis supaya tidak terjadi permasalahan dikemudian hari. Ketentuan ini didasarkan pada al-Qur'an QS. al-Baqarah ayat 282-283.²⁶

Menurut Pasal 1320 KUH Perdata menetapkan bahwa untuk sahnya perjanjian diperlukan empat syarat, sebagai berikut: sepakat (mengikatkan diri), kecakapan (untuk membuat perikatan), suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Asas-asas dalam hukum perjanjian atau hukum kontrak, menurut Mariam Darus Badruzaman, meliputi:

1. Asas Kebebasan Berkontrak
2. Asas Konsensualisme
3. Asas Kepercayaan
4. Asas Kekuatan Mengikat
5. Asas Persamaan Hukum
6. Asas Keseimbangan
7. Asas Kepastian Hukum
8. Asas Kebiasaan²⁷

²⁶ Indah Anugraini, Jafri dan Ramiah Lubis "Penerapan Asas-Asas Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perjanjian Kredit Baku Pembiayaan UMKM pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang" *Jurnal Muamalah*, Vol. 6, No.1 (Desember 2020): 44.

²⁷ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Depok: Prenada Media Group, 2005), 48.