

## PENINGKATAN TRANSAKSI PRODUK SIMPANAN DI KOPERASI SYARIAH MELALUI ETIKA PEMASARAN ISLAM

Alvi Rohmatuzzakiyah<sup>1</sup>, Amin Sadiqin<sup>2</sup>

Program Studi Akuntansi, STIE Mahardhika Surabaya

Email: [alvirohma4@gmail.com](mailto:alvirohma4@gmail.com)<sup>1</sup>, [aminsadiqin@stiemahardhika.ac.id](mailto:aminsadiqin@stiemahardhika.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Etika pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera dalam meningkatkan Transaksi Produk Simpanan nya. Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret tahun 2022. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data penilaian dari anggota dan etika pemasaran. Sedangkan data sekunder, yaitu penelitian terdahulu. Terdapat dua sumber data pada penelitian ini, yaitu sumber data primer yang berupa wawancara dengan informan. Sedangkan sumber data sekunder buku dan jurnal terkait pemasaran islam, simpanan koperasi syariah, etika bisnis islam. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Terdapat 3 langkah dalam teknik pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu editing, organizing dan analyzing. Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran yang dilakukan KSPPS MBS telah sesuai dengan teori atau konsep marketing islam yang terdiri dari praktik dan etika pemasaran yang sesuai dengan sifat Nabi Muhammad SAW dan Al-Ghazali. Etika pemasaran islam yang diterapkan di KSPPS MBS sudah menjadi budaya kerja bersama baik pada atasan sampai dengan bawahan dalam menjalankan tugasnya sebagai pemasar. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah keanggotaan koperasi dari tahun ke tahun.

**Kata Kunci:** etika pemasaran Islam; produk simpanan; peningkatan transaksi produk simpanan.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the marketing ethics applied by KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera in increasing its Deposit Product Transactions. The method that the researcher uses in this research is a descriptive research method with a qualitative approach. This research was conducted in March 2022. The type of data used in this study is primary data, namely data on member assessments and marketing ethics. While secondary data, namely previous research. There are two sources of data in this study, namely primary data sources in the form of interviews with informants. While the secondary data sources are books and journals related to Islamic marketing, sharia cooperative savings, Islamic business ethics. Data collection techniques used in this study were interviews, observation and documentation. There are 3 steps in the data processing technique used in this study, namely editing, organizing and analyzing. Based on the results of the research in the previous chapter, it can be concluded that the marketing carried out by KSPPS MBS is in accordance with the theory or concept of Islamic marketing which consists of marketing practices and ethics that are in accordance with the characteristics of the Prophet Muhammad SAW and Al-Ghazali. Islamic marketing ethics applied at KSPPS MBS has become a culture of working together both at superiors to subordinates in carrying out their duties as marketers. This can be seen from the increasing number of cooperative memberships from year to year.*

**Keywords:** *Islamic marketing ethics; deposit products; transaction increase deposit product.*

### PENDAHULUAN

Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Muamalah Berkah Sejahtera (KSPPS MBS) atau lebih dikenal dengan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera adalah

koperasi yang menerapkan sistem keuangan syariah pada setiap produk jasa yang ditawarkan. Sesuai dengan visinya, KSPPS MBS memiliki visi menjadi koperasi syariah sebagai media masyarakat dalam bermuamalah yang mana sebagai tujuan akhirnya adalah terwujudnya kehidupan yang sejahtera dalam ridho Allah SWT. dalam praktiknya, KSPPS MBS mengikuti aturan dan peraturan koperasi yang berlandaskan syariah. Secara umum KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera mengalami perkembangan pada setiap tahunnya terjadi peningkatan jumlah anggota yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari data grafik kenaikan jumlah anggota pada tahun 2017, 2018 dan 2019.

Merujuk pada data yang peneliti dapatkan pada observasi, terjadi peningkatan jumlah anggota yang signifikan dan konsisten pada setiap tahunnya. Untuk mendapatkan produk jasa yang ditawarkan oleh KSPPS MBS, masyarakat diwajibkan untuk menjadi anggota koperasi terlebih dahulu. Sehingga, peningkatan transaksi akan searah dengan peningkatan jumlah anggota. Kotler dan Armstrong (2001) menjelaskan bahwa produk yang dipasarkan oleh suatu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan pembeli nya.

Searah dengan bertambahnya anggota koperasi, pengelola sekaligus pemasar memiliki peranan yang sangat sentral terhadap perkembangan koperasi sampai saat ini. Praktik pemasaran yang berlandaskan kejujuran menjadi hal yang dipandang baik oleh anggota maupun calon anggota koperasi. Dengan kejujuran yang dimiliki koperasi, maka akan semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap koperasi. Dengan begitu, akan memunculkan minat masyarakat dalam menjadi anggota koperasi dan menikmati produk jasa yang ditawarkan oleh koperasi. Raihanah (2018) menjelaskan bahwa jika pemasar mampu bersikap jujur, maka ia juga akan dapat bersikap adil. Pekerja yang adil dapat memberikan hak yang sepenuhnya kepada pembeli.

Selain itu, kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi juga merupakan kunci utama dalam menarik minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota koperasi. Hal ini dapat terwujud dengan lokasi pelayanan yang dipilih harus memberikan keamanan dan kenyamanan, serta kemudahan kepada setiap anggota.

Sebagaimana yang telah diketahui dari hasil wawancara yang dilakukan dengan informan yang merupakan ketua koperasi, dapat diketahui bahwa pemasaran yang efektif adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Hal demikian karena nasabah atau anggota akan memberikan penilaian dan menceritakan pengalamannya dalam menerima pelayanan kepada orang lain seperti kerabat, rekan dan keluarga. Berdasarkan hal tersebut, maka sejalan dengan tujuan koperasi yaitu memberikan kesejahteraan bagi anggota secara khusus dan bagi masyarakat secara umum. Selain itu juga sesuai dengan tujuan berdirinya KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera diantaranya adalah untuk memberikan kesejahteraan anggota koperasi dan terbebas dari genggaman rentenir. Umumnya dalam melakukan pemasaran produk, pemasar akan memberikan penjelasan secara detail terkait produknya kepada calon anggota.

Merujuk pada latar belakang diatas, peneliti berminat untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait Peningkatan Transaksi Produk Simpanan Di Koperasi Syariah Melalui

Etika Pemasaran Islam. Dalam hal ini, KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera dijadikan tempat penelitian selain karena koperasi ini adalah koperasi syariah juga dikarenakan selama ini pemasar banyak sekali praktik pemasaram yang dilakukan oleh koperasi syariah tetapi tidak menggunakan prinsip dan etika pemasaran islam. Dengan diterapkannya prinsip etika pemasaran Islam, diharapkan pemasar menjadi lebih jujur dan amanah dalam memasarkan produk syariah. Umumnya sales melakukan promosi secara berkelompok atau secara sendiri-sendiri. Dalam proses promosi, tidak ada pemaksaan dari sales kepada calon anggota. Jadi, jika calon anggota tidak berminat untuk bergabung maka pemasar dapat mencari calon anggota lainnya. Hal tersebut karena sales tidak hanya dituntut untuk memasarkan produk jasa, tetapi juga sebagai juru dakwah yang mengenalkan produk syariah sesuai hukum islam kepada masyarakat luas. Sehingga pemasar juga dituntut untuk selalu menjaga prinsip islamiah dalam kegiatan pemasarannya. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Abdul Aziz (2013) bahwa dalam memberikan penawaran terkait produk atau jasa kepada orang lain tidak boleh dilakukan dengan paksaan dan harus sesuai ketentuan-ketentuan yang sudah diatur dalam islam.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret tahun 2022. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data penilaian dari anggota dan etika pemasaran. Sedangkan data sekunder, yaitu penelitian terdahulu. Terdapat dua sumber data pada penelitian ini, yaitu sumber data primer yang berupa wawancara dengan informan. Sedangkan sumber data sekunder buku dan jurnal terkait pemasaran islam, simpanan koperasi syariah, etika bisnis islam. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Terdapat 3 langkah dalam teknik pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu *editing*, *organizing* dan *analyzing*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Praktik Pemasaran Islam**

Merujuk pada data yang didapatkan bahwa KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera melakukan praktik pemasaran secara offline melalui mulut ke mulut dan secara online melalui media digital dan sosial media. Untuk mencapai target pemasaran, KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera melakukan strategi pemasaran 4P yaitu produk, harga, lokasi dan promosi. Berikut adalah pembahasan terkait keempat bauran pemasaran KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera:

#### ***Produk***

KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera memiliki produk yang ditawarkan berupa jasa. Adapun produk-produk tersebut antara lain adalah simpanan pokok, wajib, sukarela dan

berjangka. Untuk memberikan kualitas produk yang baik kepada nasabah, KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera senantiasa diharuskan untuk memberikan pelayanan secara baik dan cepat.

Sebagaimana yang telah diketahui dari hasil wawancara yang dilakukan dengan informan yang merupakan ketua koperasi, dapat diketahui bahwa pemasaran yang efektif adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Hal demikian karena nasabah atau anggota akan memberikan penilaian dan menceritakan pengalamannya dalam menerima pelayanan kepada orang lain seperti kerabat, rekan dan keluarga. Berdasarkan hal tersebut, maka sejalan dengan tujuan koperasi yaitu memberikan kesejahteraan bagi anggota secara khusus dan bagi masyarakat secara umum. Selain itu juga sesuai dengan tujuan berdirinya KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera diantaranya adalah untuk memberikan kesejahteraan anggota koperasi dan terbebas dari genggaman rentenir. Umumnya dalam melakukan pemasaran produk, pemasar akan memberikan penjelasan secara detail terkait produknya kepada calon anggota.

Untuk mendapatkan produk jasa yang ditawarkan oleh KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera, masyarakat diharuskan untuk menjadi anggota terlebih dahulu. Sehingga, peningkatan transaksi akan searah dengan peningkatan jumlah anggota. Berikut ini adalah grafik data terkait peningkatan anggota yang bergabung dengan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera pada setiap tahunnya:



**Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Anggota**

Pada grafik data diatas dapat terlihat bahwa terdapat peningkatan sebesar 16% pada tahun 2017 dari tahun sebelumnya. Serta terdapat peningkatan sebesar 21% pada tahun 2018 dan 2019. Setelah menjadi anggota, anggota diwajibkan untuk membuka simpanan pokok yang hanya dibayarkan sekali saat mendaftar saja. Kemudian simpanan wajib sebesar Rp 5000,- yang harus dibayarkan setiap bulannya. Setelah itu, anggota dibebaskan untuk memilih jenis produk simpanan lainnya yang diinginkan.

### **Harga**

Sebagaimana yang telah diketahui, produk yang ditawarkan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera merupakan produk jasa, maka harga pada produk jasa simpanan yang ditawarkan badalah berupa nisbah yang beragam pada setiap produknya. Bagi hasil yang

beragam tersebut dijelaskan lebih dalam sebagai berikut: Produk simpanan sukarela sampai 70%:30% dengan 70% untuk koperasi dan 30% untuk nasabah dan bagi hasil simpanan berjangka bisa adalah 50%:50%.

## **Lokasi**

KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera berlokasi di Jl. Cipta Menanggal III-A/54F Surabaya. 50-70 meter jarak dari lokasi koperasi tersedia papan penanda yang mengarahkan ke lokasi koperasi berada.

Adapun metode pemasaran yang dipakai di lokasi adalah dengan *face to face* antara calon anggota dan pemasar, dengan menerapkan 3S (senyum, salam dan sapa). Hal ini bertujuan untuk memberikan pelayanan dengan keramahan kepada masyarakat. Dengan pengalaman pelayanan yang baik dan bermakna yang dirasakan oleh calon anggota, maka minat calon anggota akan dapat meningkat dalam memutuskan untuk bergabung sebagai anggota. Selain itu, terdapat proses pelayanan yang cepat tanggap. Bagi calon anggota yang berminat untuk bergabung, langsung dapat dibantu untuk dalam tahap administrasi.

Berdasarkan hasil wawancara, AN (35) menjelaskan bahwa pihak koperasi bersedia memberikan solusi jika terdapat calon anggota yang mengalami kesulitan dalam proses pelayanan. Hal tersebut bertujuan untuk dapat memudahkan calon anggota maupun anggota dalam menerima pelayanan sebaik-baiknya. AN juga menambahkan bahwa koperasi memberikan perhatian dan pemahaman penuh kepada setiap anggota pada saat pandemi. Selain itu, YN (42), juga menjelaskan bahwa pihak koperasi bersedia memberikan penjelasan ulang kepada calon anggota yang kurang paham. Terkait lokasi, YN merasa sangat mudah mencari lokasi koperasi dengan adanya papan penanda yang menunjukkan arah lokasi koperasi.

## **Promosi**

Strategi promosi layanan jasa KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera adalah dengan brosur, *face to face*, dan secara online melalui media digital ataupun media sosial. Umumnya sales melakukan promosi secara berkelompok atau secara sendiri-sendiri. Dalam proses promosi, tidak ada pemaksaan dari sales kepada calon anggota. Jadi, jika calon anggota tidak berminat untuk bergabung maka pemasar dapat mencari calon anggota lainnya. Hal tersebut karena sales tidak hanya dituntut untuk memasarkan produk jasa, tetapi juga sebagai juru dakwah yang mengenalkan produk syariah sesuai hukum islam kepada masyarakat luas. Sehingga pemasar juga dituntut untuk selalu menjaga prinsip islamiah dalam kegiatan pemasarannya.

## **Etika Pemasaran Islam**

Aspek yang sangat sentral pada suatu perusahaan adalah sales atau pemasar. Sebagaimana yang telah diketahui, pemasar merupakan orang yang langsung berhadapan

dengan calon pembeli yang mana hal tersebut merupakan syarat utama dalam pengimplementasian 4P dalam kegiatan marketing. KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera merupakan koperasi syariah, sehingga didalam 4P tersebut diharuskan terkandung nilai-nilai islam. Etika pemasaran Islam di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera akan dianalisa berdasarkan 4P dan sifat – sifat nabi Muhammad saw, yaitu:

### **Produk**

Segala sesuatu yang ditawarkan oleh pemberi jasa kepada penerima jasa dapat disebut juga dengan produk jasa. Nilai – nilai pemasaran Islam sesuai sifat nabi Muhammad SAW yaitu:

*Siddiq*, produk jasa yang ditawarkan oleh pemasan kepada calon anggota harus ditawarkan dengan sejujur-jujurnya terkait keunggulan dan tidak menutup-nutupi kekurangannya. KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera memiliki produk yang ditawarkan berupa jasa. Adapun produk-produk tersebut antara lain adalah simpanan pokok, wajib, sukarela dan berjangka. Maka keempat produk yang ditawarkan tersebut senantiasa harus benar-benar terbukti kebenarannya. Sehingga anggota tidak tertipu dengan produk atau jasa yang tidak terbukti kebenarannya. Dengan kejujuran, maka akan terbangun persepsi positif terhadap koperasi. Sehingga akan dapat berdampak baik pada perkembangan koperasi.

*Fattahah*, yang berarti bahwa produk jasa yang ditawarkan berbeda dengan produk koperasi lain berdasarkan nilai berupa inovasi dan kreativitas yang dimiliki. Dalam hal ini produk simpanan yang ditawarkan KSPPS MBS sudah dijalankan sesuai dengan syariat islam (syariah) berupa akad dan perbedaan bagi hasil pada setiap produk yang ditawarkan. Selain itu, calon anggota juga harus selalu diberikan kemudahan baik dalam hal mendapatkan informasi dan melakukan proses administrasi.

*Amanah*, produk jasa yang ditawarkan dapat dipercaya oleh anggota maupun calon anggota. Produk simpanan yang ditawarkan oleh KSPPS MBS harus benar-benar ada dan dirasakan oleh anggota. Selain itu dalam proses pelayanan, pemasar atau karyawan senantiasa harus melayani anggota dengan sepenuh hati untuk memberikan pelayanan secara ramah tamah, cepat tanggap, tepat waktu, adil dan tidak memandang berbeda setiap anggota. Maka pelayanan yang diberikan oleh koperasi dapat diartikan sudah sesuai dengan ketentuan islam.

*Tabligh*, berarti KSPPS MBS harus dapat menarik minat calon anggota yang merupakan masyarakat umum untuk bergabung menjadi anggota agar meningkatkan keputusan pembelian/menggunakan produk simpanan yang ditawarkan.

Konsisten, berarti bahwa produk jasa berupa simpanan yang ditawarkan harus konsisten menjalankan prinsip syariah karena dikelola menggunakan sistem akuntansi syariah.

## **Harga**

Harga merupakan salah satu unsur strategi dalam memasarkan produk secara fleksibel karena dapat diubah kapan saja. Nilai – nilai pemasaran Islam sesuai sifat nabi Muhammad SAW yaitu:

*Siddiq*, harga yang ditawarkan oleh pemasar merupakan harga yang sebenarnya tanpa dikurangi dan bahkan dilebih-lebihkan dari harga yang sudah ditentukan oleh koperasi. Yang mana hal tersebut sejalan dengan tujuan utama berdirinya KSPPS MBS yaitu untuk mensejahterakan seluruh anggota dan menjauhkan masyarakat dari genggaman praktik simpan pinjam rentenir

*Fattahah*, nisbah pada setiap produk jasa simpanan yang ditawarkan koperasi memiliki bagi hasil yang berbeda-beda pada setiap akadnya. Sebagai contoh, produk simpanan sukarela 70%:30% dengan 70% untuk koperasi dan 30% untuk anggota sebagai shahibul mal, simpanan berjangka bisa sampai 50%:50%, dan SHU sebesar 55%:45% yaitu koperasi sebesar 55% dan anggota sebesar 45%.

*Amanah*, anggota sebagai pengguna jasa dapat mempercayai secara penuh sistem nisbah yang diimplementasikan. Dengan kepercayaan anggota, berarti koperasi sudah menjalankan usahanya dengan amanah dan diharapkan dapat terus mempertahankan kepercayaan tersebut.

*Tabligh*, pemasar dan karyawan KSPPS MBS harus dapat memberikan informasi dengan sejelas-jelasnya kepada setiap anggota dan calon anggota terkait sistem nisbah. Informasi yang diberikan harus komunikatif, karyawan harus memastikan bahwa anggota memahami secara betul informasi yang diberikan. Adapun informasi yang diberikan adalah berupa harga, keuntungan, dan lain sebagainya.

Konsisten, KSPPS MBS harus selalu konsisten menetapkan harga dan menerapkan sistem akuntansi syariahnya. Sehingga akan terbangun kepercayaan dari anggota dan bahkan menarik minat dari calon anggota.

## **Lokasi**

Lokasi pada suatu usaha merupakan tempat usaha itu berada. Nilai – nilai pemasaran Islam sesuai sifat nabi Muhammad SAW yaitu:

*Siddiq*, KSPPS MBS dalam memilih lokasi pelayanan mengacu pada aspek kebersihan, kenyamanan dan keamanan. Sehingga dapat tercipta proses pelayanan yang tertib untuk setiap anggotanya.

*Fattahah*, KSPPS MBS memilih lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh anggota maupun masyarakat umum. Terdapat petunjuk jalan yang menandakan lokasi koperasi berada. Lokasi koperasi dapat dengan mudah dijangkau oleh segala alat transportasi. Dengan begitu, masyarakat akan memiliki minat lebih dalam bertransaksi, karena anggota tidak menemukan kesulitan dalam menjangkau lokasi koperasi.

*Amanah*, KSPPS MBS harus memilih lokasi pelayanan yang sering dilalui oleh masyarakat umum dan tidak berada di sekitar lokasi yang memiliki penilaian buruk di mata

masyarakat (tempat hiburan atau tempat maksiat). Selain itu, pemasar harus selalu dapat bersikap ramah dalam melayani calon anggota maupun anggota yang ingin bertransaksi di koperasi.

*Tabligh*, KSPSS MBS menyajikan tempat pelayanan yang nyaman dan aman bagi pengguna layanan. Khususnya pada situasi pandemi, dalam proses pelayanan diterapkan protokol kesehatan ketat agar menjaga setiap komponen dalam pelayanan terhindar dari infeksi virus.

Konsisten, KSPPS MBS bertanggung jawab secara konsisten memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pengguna layanan dalam menerima layanan di lokasi pelayanan.

### **Promosi**

Promosi adalah spesifikasi produk disampaikan secara rinci dan detail kepada pengguna layanan atau anggota maupun calon pengguna layanan. Nilai – nilai pemasaran Islam sesuai sifat nabi Muhammad SAW yaitu:

*Siddiq*, karyawan maupun pemasar produk jasa KSPPS MBS memberikan informasi yang sebenar-benarnya terkait sistem syariah yang diterapkan pada produk jasa yang ditawarkan baik secara offline di kantor pelayanan koperasi maupun secara online melalui media digital dan media sosial. Tidak ada informasi yang dilebih-lebihkan maupun dikurang-kurangkan terkait produk yang ditawarkan. Dengan promosi yang jujur tersebut, maka anggota yang juga merasakan pengalaman langsung dari jasa yang ditawarkan akan memiliki persepsi yang positif terhadap koperasi.

*Fattahah*, pemasar cerdas dalam memasarkan produk jasa kepada calon anggota dan dalam mencari calon anggota yang tepat. Pemasar berinovasi dalam mengemas produk jasa yang ditawarkan menjadi lebih menarik serta dengan jangkauan yang lebih luas. Hal ini bisa dilakukan dengan bantuan media digital dan media sosial sebagai media pemasaran yang efektif menjangkau masyarakat secara lebih luas. Selain itu, pemasar hanya bertugas memasarkan tanpa ada paksaan kepada calon anggota.

*Amanah*, jika KSPPS MBS sudah menerapkan *Siddiq* dalam proses usahanya. Maka akan berjalan searah dengan meningkatnya kepercayaan anggota terhadap koperasi. Selain itu, anggota juga merasakan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

*Tabligh*, promosi dilakukan dengan menjelaskan sistem syariah yang diterapkan pada produk jasa yang ditawarkan. Hal tersebut karena sales tidak hanya dituntut untuk memasarkan produk jasa, tetapi juga sebagai juru dakwah yang mengenalkan produk syariah sesuai hukum islam kepada masyarakat luas. Sehingga pemasar juga dituntut untuk selalu menjaga prinsip islamiah dalam kegiatan pemasarannya.

Konsisten, pemasar selalu dapat konsisten dalam melakukan promosi produk yang searah dengan tujuan dari koperasi dan tujuan dari syariah sendiri. Selain itu, pemasar juga harus mengedepankan prinsip muamalah dalam proses transaksi.

Selanjutnya, etika pemasaran menurut Al – Ghazali dan etika pemasar di KSPPS MBS dapat dianalisa lebih lanjut bahwa pemasar dari KSPPS MBS senantiasa berbicara jujur dan bersikap baik kepada calon anggota, pemasar harus mengerjakan pekerjaannya dengan sebaik-baiknya sesuai beban kerja yang telah diamanahkan oleh atasan, serta juga dapat dipercaya oleh anggota. Karena pemasar sebagai orang yang langsung berhadapan dengan anggota memiliki tanggung jawab lebih untuk membuat citra KSPPS MBS sebagai koperasi syariah yang amanah. Pemasar senantiasa menepati janji kepada anggota maupun calon anggota terkait janji yang telah dibuat seperti waktu dan tempat. Pemasar juga senantiasa ikhlas dalam bekerja, pekerjaan yang dilakukannya karena Allah SWT semata.

Pemasar harus bersikap adil dalam memasarkan produk jasa maupun dalam melakukan pelayanan tanpa memandang pangkat, jabatan, ras dan suku anggota. Pemasar senantiasa memiliki kesabaran dan sifat kasih sayang dalam menjalankan tugasnya. Pemasar harus bersedia menerima dan memaafkan kesalahan atau kekhilafan anggota saat proses pelayanan atau pemasaran. Pemasar harus dapat mengambil risiko sesuai dengan perhitungan dan tanggung jawabnya. Selain itu, pemasar juga harus kuat dan memiliki sifat memelihara/menjaga diri dari keburukan dalam menjalankan pekerjaan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran yang dilakukan KSPPS MBS telah sesuai dengan teori atau konsep marketing islam yang terdiri dari praktik dan etika pemasaran yang sesuai dengan sifat Nabi Muhammad SAW dan Al-Ghazali. Etika pemasaran islam yang diterapkan di KSPPS MBS sudah menjadi budaya kerja bersama baik pada atasan sampai dengan bawahan dalam menjalankan tugasnya sebagai pemasar. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah keanggotaan koperasi dari tahun ke tahun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 124.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- As'ari, Hasyim. *Analisis Kepatuhan nasabah dalam Pengaplikasian Akad Murabahah Bil Wakalah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Muamalah Berkah Sejahtera*. Skripsi--UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016.
- Clara, C., & Jayadi, U. (2022). Analysis of Performance Quality of Administrative Employees at Center for The Development of Quality Assurance of Vocational Education in Building and Electricity Field. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (Sinomics Journal)*, 1(1), 25–32. <https://doi.org/10.54443/sj.v1i1.4>
- Herlambang, Denis. *Upaya Membangun Pengetahuan Konsumen Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Syariah Pada Koperasi Muhammadiyah Jatim Pakis Malang*. Skripsi--UIN Maulana Malik Ibrahim, 2013.

- 
- Huda, Nailul dan Hamim HR. *Bisnis Islami: Terjemah Ihya' Ulumuddin*. Kediri: Santri Salaf Press, 2018.
- Mardina, Eriza Yolanda. *Strategi Pemasaran islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista'*. Skripsi--UIN Raden Fatah Palembang, 2016.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan (Jakarta : Erlangga, 2001), 346
- Raihanah. *Konsep Kejujuran Dalam Al-Qur'an (Studi Pada Pedagang Pasar Sentral Antasari Banjarmasin)'*, *AL-IQTISHADIAH: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. IV, Desember 2018, 167 – 168.