



# MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH

Memenangkan Pasar Dengan Jalan Syariah

Fitriah Dwi Susilowati, Ahmad Ajib Ridlwan,  
Khusnul Fikriyah, Yan Putra Timur

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113  
Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014  
tentang Hak Cipta**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

# **MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH: MEMENANGKAN PASAR DENGAN JALAN SYARIAH**

**Fitriah Dwi Susilowati, Ahmad Ajib Ridlwan,  
Khusnul Fikriyah, Yan Putra Timur**



**MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH:  
MEMENANGKAN PASAR DENGAN JALAN SYARIAH**

Penulis: Fitriah Dwi Susilowati, Ahmad Ajib Ridlwan,  
Khusnul Fikriyah, Yan Putra Timur  
Editor: Tim Redaksi Balai Literasi Bangsa  
Layout: Tim Redaksi Balai Literasi Bangsa  
Desain Cover: Tim Redaksi Balai Literasi Bangsa

ISBN: 978-623-8407-33-0

Copyright © 2024

viii + 82 hlm ; 14,8 cm x 21 cm

@Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini tanpa izin dari  
penerbit.

Diterbitkan oleh:

CV. Balai Literasi Bangsa

(Anggota IKAPI BLB No. 182/DIY/2023)

Pracetak&Dicetak oleh:

Penerbit Balai Literasi Bangsa

Email: [penerbitliterasibangsa@gmail.com](mailto:penerbitliterasibangsa@gmail.com)

Website: <https://literasibangsa.com/>

Instagram: [instagram.com/penerbitliterasibangsa/](https://www.instagram.com/penerbitliterasibangsa/)

Jalan Swastibrata, RT.1, Brajan Kidul, Brajan, Kasihan,  
Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55184

# KATA PENGANTAR



Puji Syukur dihaturkan kehadiran Allah SWT karena penulisan buku ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Banyak bantuan yang telah penulis peroleh selama penulisan buku ini, yang dimulai sejak penulisan kerangka berpikir, sampai pada *finalized* buku, baik berupa material maupun spiritual. Terimakasih banyak kepada segala pihak yang telah mendukung penulis untuk bisa menyelesaikan buku ini. Kami berharap dengan adanya buku manajemen pemasaran syariah, bisa menambah khazanah terkait marketing syariah di Indonesia dan buku ini bisa menjadi bahan belajar bagi para mahasiswa di Indonesia.

Buku ini masih ada banyak kekurangan, walaupun penulis berusaha semaksimal mungkin untuk meminimalisirnya. Oleh karena itu, kritik dan saran konstruktif penulis harapkan guna penyempurnaan penulisan buku sejenis di masa mendatang.

Surabaya, Maret 2024

Penulis,

# DAFTAR ISI



<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>vi</b>
<b>Bab 1. Konsep Manajemen Pemasaran Syariah.....</b>	<b>1</b>
• Pengertian Manajemen .....	1
• Pengertian Pemasaran.....	2
• Pengertian Syari'ah .....	3
• Manajemen Pemasaran Syariah.....	4
• Karakter Manajemen Pemasaran Syariah .....	4
<b>Bab 2. Etika dalam Pemasaran Syariah.....</b>	<b>7</b>
• Pentingnya Etika dalam Pemasaran .....	7
• Pengertian Etika.....	8
• Etika, Moralitas, Norma, Budaya, dan Agama .....	9
• Etika Pemasaran Syariah.....	12
• Etika dalam Pricing .....	20
• Etika dalam Promotion.....	20
• Etika dalam Produk.....	21
<b>Bab 3. Umat Islam sebagai Potential Market.....</b>	<b>22</b>
<b>Bab 4. Produk Halal dan Transaksi yang dilarang Islam</b>	<b>26</b>
• Pengertian Produk Halal .....	27
• Kriteria Makanan Halal .....	28
• Manfaat Mengonsumsi Halal.....	30

<b>Bab 5. Karakter Muhammad S.A.W sebagai marketer sesuai dengan nilai – nilai Islam .....</b>	<b>33</b>
<b>Bab 6. Perilaku Konsumen Islam .....</b>	<b>37</b>
<b>Bab 7. Menyusun Strategi Marketing Mix Syariah.....</b>	<b>47</b>
<b>Bab 8. Strategi Pengembangan Produk Baru .....</b>	<b>49</b>
<b>Bab 9. Strategi Penetapan Harga (Pricing).....</b>	<b>56</b>
<b>Bab 10. Komunikasi Pemasaran Syariah .....</b>	<b>63</b>
<b>Bab 11. Digital Marketing.....</b>	<b>70</b>