

BAB III

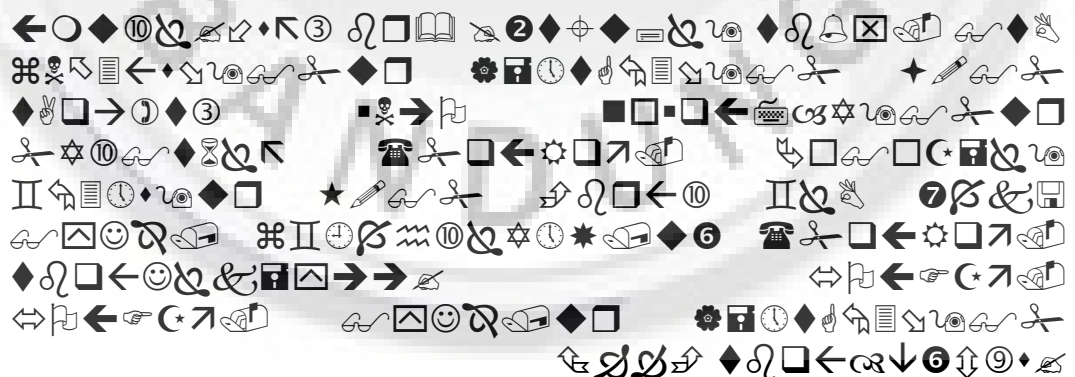
KARAKTERISTIK PEMASARAN SYARIAH DI BUNKER

RABBANI BANDUNG RAYA

3.1. Sejarah Rabbani Bandung

Berawal dari kepahitan dan kesulitan hidup yang luar biasa, pada tahun 1994 Bapak. H. Amri Gunawan bersama Istrinya Ibu Hj. Nina Kurnia mendirikan Outlet busana muslim untuk memperkenalkan dan menjual busana muslim hasil rancangannya, Outlet tersebut diberi nama Rabbani, didirikan di kawasan sekeloa Bandung dengan ukuran 2 x 3 meter persegi.

Asal kata Rabbani terilhami dari salah satu surat di kitab suci Al-Qur'an yaitu surat Ali Imron ayat 79 yang artinya adalah para pengabdikan Allah yang bersedia mengajarkan dan diajarkan kitab Allah.



Tidak wajar bagi seseorang manusia yang Allah berikan kepadanya Al Kitab, Hikmah dan kenabian, lalu Dia berkata kepada manusia: "Hendaklah kamu menjadi penyembah-penyembahku bukan penyembah Allah." akan tetapi (dia berkata): "Hendaklah kamu menjadi orang-orang rabbani, karena kamu selalu mengajarkan Al kitab dan disebabkan kamu tetap mempelajarinya.

Rabbani memiliki arti yang istimewa bagi Bapak. H. Amri Gunawan bersama Istrinya Ibu Hj. Nina Kurnia, karena keberadaannya dapat memberikan sumber penghasilan dan nafkah bagi kehidupan keluarga. Bagi Bapak. H. Amri Gunawan bersama Istrinya Ibu Hj. Nina Kurnia keberadaan Rabbani diharapkan memberikan kontribusi yang besar dalam syiar dan dakwah bagi para muslimah agar memenuhi kewajibannya untuk menutupi auratnya.

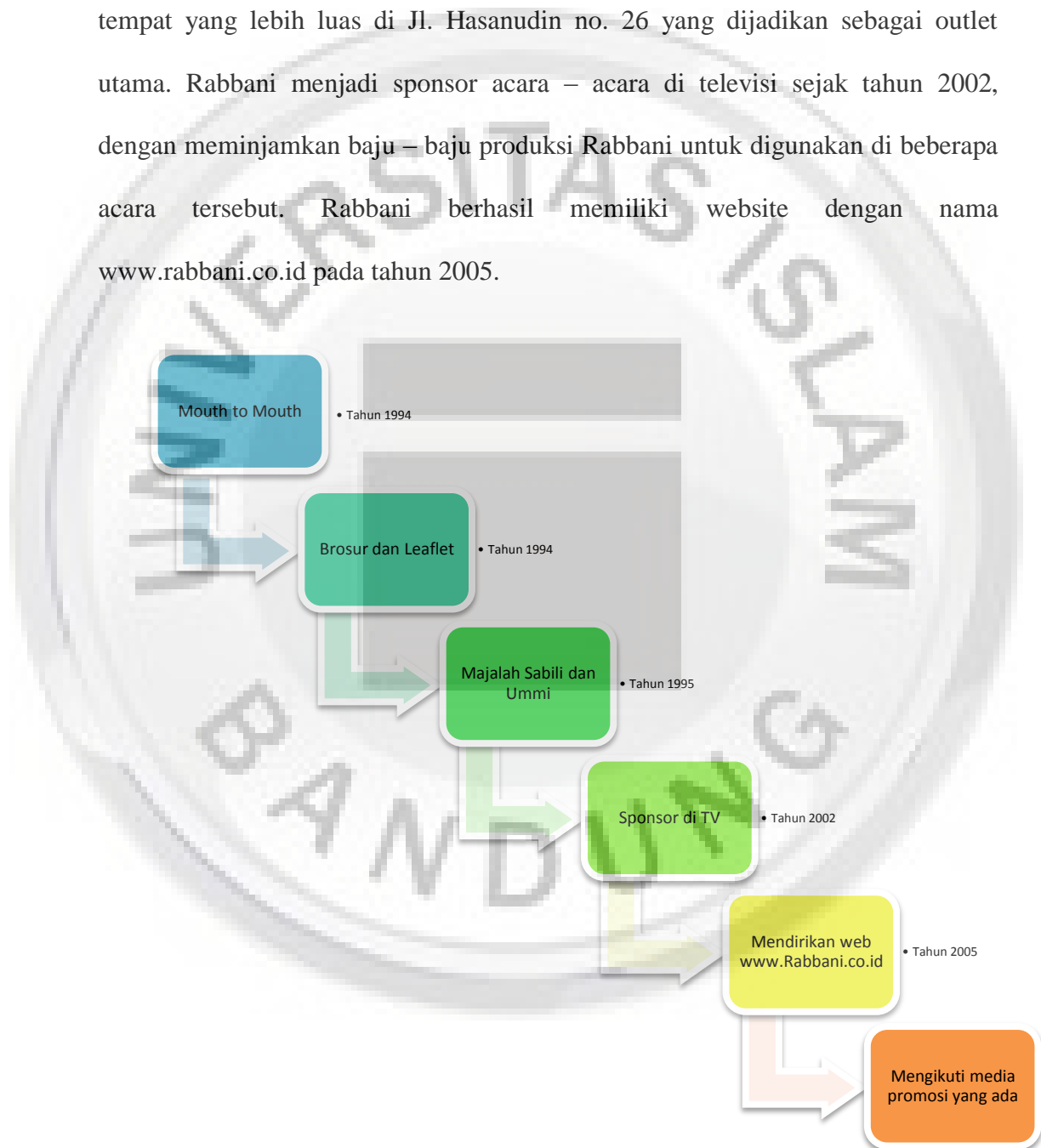
Sewaktu awal didirikan, Rabbani ingin merubah paradigma sebagian besar masyarakat yang memandang bahwa wanita yang memakai busana muslim itu kurang modis. Untuk itu Rabbani ingin menunjukkan bahwa wanita yang memakai busana muslim itu modern dan terhormat serta tampil gaya dan trendy yang syar'i. Namun di sisi lain, Rabbani juga menghadapi tantangan yang besar. Hal tersebut dikarenakan pada waktu itu wanita yang memakai busana muslimah masih jarang dan belum menjadi trend seperti sekarang. Namun keadaan tersebut tidak dijadikan hambatan, bahkan dijadikan sebagai tantangan untuk bisa mendobrak trend mode.⁴⁴

3.2. Perkembangan Pemasaran Rabbani

Rabbani adalah Outlet busana yang di kenal oleh konsumennya sebagai penyedia busana muslim. Berdiri di kota Bandung sejak tahun 1994 yang merintis kegiatan promosinya hanya dengan sebatas lewat mulut ke mulut, penyebaran brosur dan leaflet. Setahun kemudian pada tahun 1995 pindah ke Jl. Dipatiukur. Tahun 2000 mulai adanya agen – agen penjualan dan bermunculannya outlet–

⁴⁴ <http://pengembangan-teknologi.blogspot.com/2011010-4.html?m=1> (diakses tanggal 10 mei 2015 jam21.00)

outlet busana muslim lain yang menjadi pesaing, maka Rabbani pun mulai beriklan di majalah Sabili dan Ummi. Seiring dengan perkembangannya yang sangat pesat pada tahun 2001 Rabbani pun memindahkan Outlet Rabbani ke tempat yang lebih luas di Jl. Hasanudin no. 26 yang dijadikan sebagai outlet utama. Rabbani menjadi sponsor acara – acara di televisi sejak tahun 2002, dengan meminjamkan baju – baju produksi Rabbani untuk digunakan di beberapa acara tersebut. Rabbani berhasil memiliki website dengan nama www.rabbani.co.id pada tahun 2005.



Gambar 3.1

3.3. Perkembangan Usaha Rabbani

Rabbani memiliki potensi yang besar untuk dapat berkembang dan maju, karena waktu itu Outlet yang khusus menjual busana muslim masih jarang, sehingga belum ada pesaing dan persaingan yang tinggi. Pada awal berdiri Rabbani memiliki satu karyawan untuk melayani konsumen, satu tahun kemudian pindah ke Jl. Dipati Ukur dengan kondisi Outlet yang tidak jauh berbeda dengan Outlet sebelumnya, begitu pula dengan perkembangannya secara bisnis belum menunjukkan perubahan yang signifikan. Namun, keadaan tersebut tidak menyurutkan motivasi dan perjuangan Bpk. H. Amry Gunawan & Ibu Hj. Nia Kurnia, bahkan keadaan tersebut dijadikan cambuk untuk membakar dan menempa semangat dan perjuangan Bpk. H. Amry Gunawan dan Ibu Hj. Nia Kurnia untuk menghasilkan produk dengan kualitas dan desain terbaik. Seiring dengan berjalannya waktu, dari tahun ke tahun, karena rancangannya yang senantiasa inovatif dan berbeda dari yang lain, Rabbani mengalami perkembangan yang pesat.

Rabbani mulai diterima oleh masyarakat dan mulai memiliki pelanggan yang semakin banyak, sehingga outlet yang berada di Jl. Dipati Ukur tidak mampu lagi menampung konsumen dan pelanggan yang membludak, akhirnya pada tahun 2001 Rabbani pindah ke outlet yang lebih luas dan representatif, yaitu ke Jl. Hasanudin No. 26 Bandung. Pada pertengahan tahun 2007 Rabbani pindah lokasi ke Jl. Dipati Ukur No. 44 Bandung. Rabbani senantiasa mengembangkan strategi pemasarannya. Dan beradaptasi dengan perkembangan zaman, selain pindah outlet ke tempat yang lebih luas, Rabbani merubah nama dan Motto-

nya dengan yang nama lebih familiar dan diterima oleh masyarakat luas, yaitu "Rabbani Kerudung Instant" dengan motto "Trend Setter Kerudung Instant". Melalui motto dan spirit di atas, Rabbani senantiasa bermetamorfosis ke arah yang lebih baik untuk menjadi jawara Kerudung Instant dan icon mode shari'ah terbaik di dunia.

Selain perubahan nama, Rabbani mulai fokus dalam membidik segmentasi pasarnya, Rabbani membidik pasar untuk kalangan menengah. Sedangkan perkembangan dari aspek pemasarannya, Rabbani mengembangkan strategi pemasarannya, selain Pemasaran langsung ke *end user* (konsumen), Rabbani membina network pemasaran yaitu membuka mitra dealer atau distributor tunggal per kota/kabupaten dan mengembangkan network pengembangan outlet/reSHARE (retail outlet syariah) Rabbani.

Sebagai upaya untuk mendukung kesuksesan pengembangan strategi pemasaran yang telah dibina serta untuk mengakomodasi permintaan pasar yang semakin besar, Rabbani mengembangkan dan menambah kapasitas produksinya dengan mendirikan 5 (lima) buah pabrik garmen yang menyuplai seluruh produk rabbani, seperti kerudung sebagai produk utama, busana muslim seperti gamis, tunik, T-shirt muslimah, koko, kazko, manset, dll. Kelima pabrik tersebut bertempat di Bandung dengan kemampuan produksi 1 pcs kerudung / 2 detik.⁴⁵

⁴⁵ <http://pengembangan-teknologi.blogspot.com/2011010-4.html?m=1> (diakses tanggal 10 mei 2015 jam21.00)

3.4. Visi dan Misi Rabbani

3.4.1. Visi Rabbani

- a. *Long term vision* : “Berjumpa dengan Allah di Surga Firdaus”
- b. *Middle term vision* : “Membangun peradaban kerudung dunia 2020”
- c. *Short term vision* : “*Be a Profesional Mujahid*”
- d. *Specific Vision* : “Menjadi Perusahaan Kerudung Terbaik dan Terbesar di Dunia Tahun 2020”

3.4.2. Misi Rabbani

a. Menjadi pabrik kerudung instan terbesar di dunia dan teratas dalam kualitas.

Misi pertama Rabbani yang pertama ini memang sesuai dengan visinya yaitu mencapai target sebagai produk kerudung terbaik dan terbesar di dunia pada tahun 2020 nanti.

b. Menjadi ikon mode syari’ah internasional.

Seperti kata-kata yang tertera di lambang Rabbani yaitu Trendsetter Kerudung Indonesia, Rabbani ingin menjadi contoh dan pelopor bagi perkembangan industri fashion khususnya busana muslim di Indonesia. Dan hal ini sudah dibuktikan oleh Rabbani bahwa produknya memang berkualitas dan diminati di pasaran oleh karena itu banyak produsen-produsen lainnya yang ingin meniru kesuksesan Rabbani dengan menjiplak karya Rabbani namun tetap saja tidak mampu menyainginya karena tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh Rabbani.

c. Mengkerudungi dunia.

Setelah tahun 2020 Rabbani bercita-cita untuk bisa mengkerudungi dunia. Hal ini dapat diartikan secara harfiah yang berarti Rabbani dapat menguasai pasar industri kerudung internasional. Maupun makna lainnya yang dapat ditafsirkan sebagai upaya Rabbani untuk tidak hanya mengenalkan kerudung kepada dunia internasional tapi juga menyebarkan agama Islam.

3.5. Budaya Kerja Karyawan Rabbani

3.5.1. Fokus Konsumen / *Consumer Focus*

Tujuan Kami adalah menjadi Retailer terpercaya dimanapun kami berada dengan memberikan standar yang tinggi untuk Produk, Jasa Pelayanan dan Sikap Kami kepada seluruh Pelanggan

3.5.2. Fokus Kualitas / *Quality Focus*

Seluruh Karyawan Rabbani Holding mendukung sepenuhnya pengembangan dan pemeliharaan Budaya Kualitas Produk, untuk terus menerus meningkatkan Standard Kualitas Produk, untuk meminimalisasi kegagalan dalam proses produksi dengan menitikberatkan pada pencegahan dengan memproduksi dengan baik dari awal dan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengurangi pengembalian produk ke perusahaan.

3.5.3. Fokus Karyawan / *Employes Focus*

Kami menganggap bahwa karyawan adalah asset yang paling berharga bagi perusahaan, sehingga kami menganggap karyawan harus kami kembangkan dan kami tingkatkan nilai kompetensinya secara terus-menerus, baik keterampilan,

pengetahuan dan perilaku sehingga terbentuk karyawan yang Kuat Aqidahnya, Kuat Ruhiyahnya dan Kuat Jasadnya.⁴⁶

3.6. Core Value Rabbani

3.6.1. Selalu bersyukur

- a. Totalitas dalam pekerjaan
- b. Berfikir Positif
- c. Mencintai Pekerjaan
- d. Memberikan pelayanan terbaik bagi *stake holder*
- e. Bersikap ihsan dalam bekerja

3.6.2. Semangat pantang menyerah

- a. Selalu memiliki jalan keluar dari setiap masalah dalam pekerjaan
- b. Berani menghadapi masalah dan tidak menghindari masalah
- c. Memiliki semangat berkompetisi dalam pekerjaan
- d. Tidak ada pekerjaan yang tidak bisa diselesaikan
- e. Berpihak kepada perusahaan

3.6.3. Perbaikan berkesinambungan

- a. Selalu berfikir Kreatif dan Inovatif
- b. Berorientasi *zero defect*
- c. Selalu ada terobosan baru
- d. Menjalankan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) perusahaan dengan

sepenuh hati

⁴⁶ www.rabbani.co.id (diakses tanggal 10 Mei 2015 jam 22.00)

e. Semua pekerjaan yang dilakukan harus *by design* dan barometer yang jelas

f. Berbicara dengan fakta dan data sesuai dengan ratifikasi perusahaan (pengesahan)

3.6.4. Peduli dalam setiap keadaan

- a. Menjaga asset perusahaan
- b. Peduli dengan tempat bekerja dan lingkungannya
- c. Selalu berusaha untuk mencegah kerugian perusahaan
- d. Sekecil apapun masalah tidak dianggap sepele apalagi diremehkan

3.6.5. Memiliki tanggung jawab yang tinggi

- a. Bertanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas
- b. Berani mengambil resiko baik material maupun non material
- c. Memberikan kemampuan yang terbaik untuk perusahaan
- d. Membela (advokasi) perusahaan dalam kondisi apapun selama tidak bermaksiat kepada Allah Swt.⁴⁷

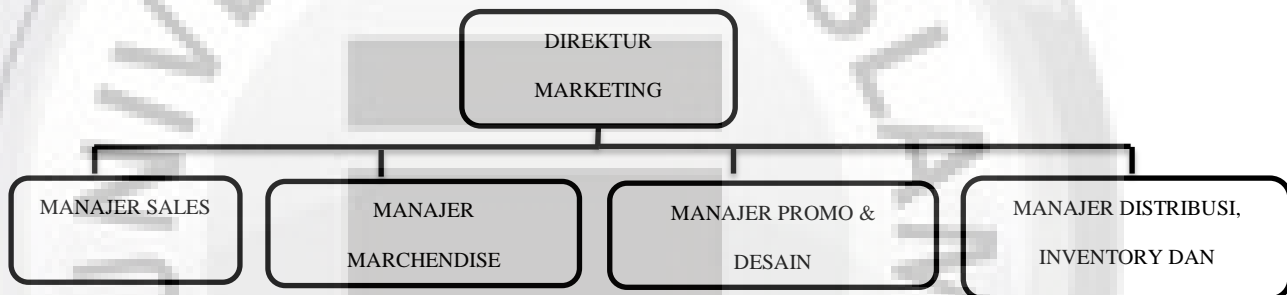
3.7. Struktur Organisasi

Organisasi sangat penting dan sangat berperan demi suksesnya program-program kegiatan pada suatu perusahaan. Hal ini sangat diperlukan agar satu program kegiatan dengan program yang lain tidak berbenturan dan supaya lebih terarah tugas dari masing-masing personal. Selain itu organisasi diperlukan dengan tujuan agar terjadi pembagian tugas yang seimbang dan objektif, yaitu

⁴⁷ www.rabbani.co.id (diakses tanggal 10 Mei 2015 jam 22.00)

memberikan tugas sesuai dengan kedudukan dan kemampuan masing-masing orang. Struktur organisasi merupakan komponen yang sangat diperlukan dalam suatu lembaga keuangan, terutama dari segi pelaksanaan kegiatan. Dalam rangka pencapaian tujuan, struktur organisasi hendaknya disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan.

Adapun yang dimaksud struktur organisasi disini adalah seluruh tenaga yang berkecimpung dalam kepengurusan Rabbani Bandung Departemen Marketing. Adapun struktur organisasi Rabbani Bandung adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2

3.8. Karakteristik Pemasaran Syariah yang diterapkan di Rabbani Bandung

3.8.1. Membangun visi bisnis spiritual

Sesuai dengan Visi dan Misi Rabbani, keberanian Rabbani menetapkan dan *istiqomah* dalam visi bisnis akhirat itulah, maka Allah ridha dalam mengumpulkan mitra bisnis, sumber rezeki dan dunia pun diserahkan ke dalam genggamannya kita, dijauhkannya dari sifat hasad, dengki, dan keserakahan. Kemantapan dengan visi akhirat akan mengantarkan orang terhindar dari rasa khawatir atas berbagai guncangan terhadap bisnis yang dijalankan, bahkan krisis ekonomi dan keuangan global sekalipun akan tetap membuat dirinya tenang

karena *backing*-nya Allah st. yang Maha mengetahui apa yang dibutuhkan oleh manusia ciptaannya.⁴⁸

3.8.2. Memiliki kepribadian spiritual (*Takwa*)

Seorang Muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktivitas mereka. Ia hendaknya sadar penuh dan responsive terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Allah SWT. Kesadaran akan Allah ini hendaklah menjadi sebuah kekuatan pemicu dalam segala tindakan. Semua kegiatan bisnis hendaklah selaras dengan moralitas dan nilai utama yang digariskan oleh Al-Qur'an sesuai dengan Surat At-Taubah ayat 38⁴⁹



Hai orang-orang yang beriman, Apakah sebabnya bila dikatakan kepadamu: "Berangkatlah (untuk berperang) pada jalan Allah" kamu merasa berat dan ingin tinggal di tempatmu? Apakah kamu puas dengan kehidupan di dunia sebagai ganti kehidupan di akhirat? Padahal kenikmatan hidup di dunia ini (dibandingkan dengan kehidupan) diakhirat hanyalah sedikit.

Sekalipun Islam menyatakan bahwasanya berbisnis merupakan pekerjaan halal, pada tataran yang sama ia mengingatkan secara eksplisit bahwa semua kegiatan bisnis tidak boleh menghalangi mereka untuk mengingat pada Allah SWT

⁴⁸ Ali Hasan, , *op.cit.*, hlm. 209

⁴⁹ Hermawan Kertajaya, *op.cit.*, hlm. 68

dan melanggar perintah-Nya. Rabbani telah memiliki kepribadian spiritual, karena sudah menjadi kewajiban karyawan Rabbani harus selalu berhenti memberikan pelayanan dalam jangka waktu 5-15 menit pada waktu shalat untuk melakukan shalat berjama'ah.

3.8.3. Membangun *customer partnership* dan profesionalisme

Dengan sikap para karyawan Rabbani yang sopan, santun, dan ramah, lebih banyak menggunakan waktunya untuk memulai dan melayani pelanggan adalah cara yang paling efektif untuk mencapai hasil bersama. Dalam literature Islam, sikap professionalism disebut *al-itqan*. Dengan sikap professional orang akan mampu membuat rancangan, mengelola dan mengorganisir secara teratur dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan ini tidak mungkin mampu dilakukan oleh orang-orang yang tidak professional. Seorang professional yang beriman kepada Allah swt., bahwa kecepatan dan ketepatan respon religious, piker, emosi, dan gerak dalam memanfaatkan waktu untuk mengatur dan melaksanakan aktivitas yang baik, memberikan solusi bagi persoalan umat, Allah swt. Menghargainya sebagai amal saleh.⁵⁰

Customer partnership lebih dari sekedar mengutamakan pelanggan atau menemukan solusi yang memuaskan pelanggan, namun juga sebagai komitmen untuk memperkuat hubungan jangka panjang dalam menciptakan strategi

⁵⁰ Ali Hasan, *op.cit.*, h. 224

pengetahuan, keamanan, dan daya suai kedua belah pihak (karyawan dan pelanggan).⁵¹

Sesuai dengan Five Rabbani Power (FIRE), Rabbani akan membangun *customer partnership* dengan baik:

1. Selalu Bersyukur
2. Selalu Pantang Menyerah
3. Perbaiki Berkesinambungan
4. Peduli Dalam Setiap Keadaan
5. Memiliki Tanggung Jawab Yang Tinggi

3.8.4. Membangun kepercayaan

Tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji merupakan bentuk perbuatan yang wajib dilakukan seluruh karyawan Rabbani untuk membangun kepercayaan orang lain terhadap reputasi Rabbani.

Sesuai dengan salah satu budaya kerja Rabbani yaitu Fokus Konsumen /*Consumer Focus* dengan tujuan menjadi Retailer terpercaya dimanapun kami berada dengan memberikan standar yang tinggi untuk Produk, Jasa Pelayanan dan Sikap Kami kepada seluruh Pelanggan. Rasulullah saw. Selalu mengingatkan para pedagang untuk tidak mengobral janji atau berpromosi secara berlebihan yang cenderung mengada-ada (bohong/menipu) semata-mata agar barang dagangannya laris terjual sesuai dengan surat Ar-Rahman ayat 9

⁵¹ Ali Hasan, *op.cit.*, h. 212

tersirat, dan keunggulan suatu produk atau pelayanan dilihat dari fungsinya secara relative dengan produk lain.

Rabbani mengembangkan dan menambah kapasitas produksinya dengan mendirikan 5 (lima) buah pabrik garmen yang menyuplai seluruh produk rabbani, seperti kerudung sebagai produk utama, busana muslim seperti gamis, tunik, T-shirt muslimah, koko, kazko, manset, dll. Rabbani berusaha untuk memberikan kualitas produk yang terbaik untuk pelanggan setia Rabbani. Berikut produk-produk ditawarkan Rabbani:

a. Kerudung Instan Rabbani

Kerudung instan yang terbuat dari bahan kaos, spandek, dan silky. Tersedia berbagai warna pilihan dan macam ukuran. Umum panjang dari leher sampai ke dada sedangkan ukuran muka sama disesuaikan dengan berbeberapa ukuran yaitu S(38cm), M(48cm), L(58cm), dan XL(68cm).

b. Kerudung Pashmina

Selain kerudung instan, Rabbani juga memiliki produk kerudung pashmina. Pashmina terbuat dari bahan katun, rajut, shiffon, brokat dan rayon tersedia dalam satu warna dan kombinasi dua warna dalam satu bahan tersedia polos, berpayet, berenda dan hiasan ikat pinggang hingga pita

c. Sandal dan Sepatu

Rabbani bukan hanya memiliki produk-produk yang ditujukan untuk melindungi kepala atau menutupi aurat para wanita, tetapi Rabbani juga menjual sandal dan sepatu yang bisa digunakan ketika umrah atau haji.

d. Busana Muslim Wanita, Pria, dan Anak

Rabbani memperkenalkan beragam produk berupa pakaian muslim untuk wanita dan anak-anak yaitu gamis kaos, tunik, baju koko pria dan busana muslim anak.

e. Aksesoris Wanita

Sebagai pelengkap busana muslim dan kerudung, wanita tidak terlepas dari aksesoris untuk itu, Rabbani menyediakan aksesoris berupa bros, peniti, dan ciput.

f. Obat herbal dan buku-buku pengetahuan Islam

Selain kerudung dan pernak-pernik yang menempel pada tubuh Rabbani juga bekerjasama dengan produk-produk seperti obat herbal, dan buku-buku pengetahuan Islam.

3.8.7. Berpromosi secara simpatik

Promosi merupakan pesan baik dalam bentuk tatap muka maupun divisualisasikan melalui media lain yang berisi pesan, pembicaraan tertulis

maupun tidak tertulis untuk memperkenalkan nilai, kualitas produk, dan kualitas layanan dalam menarik calon pelanggan untuk menggunakan produk.

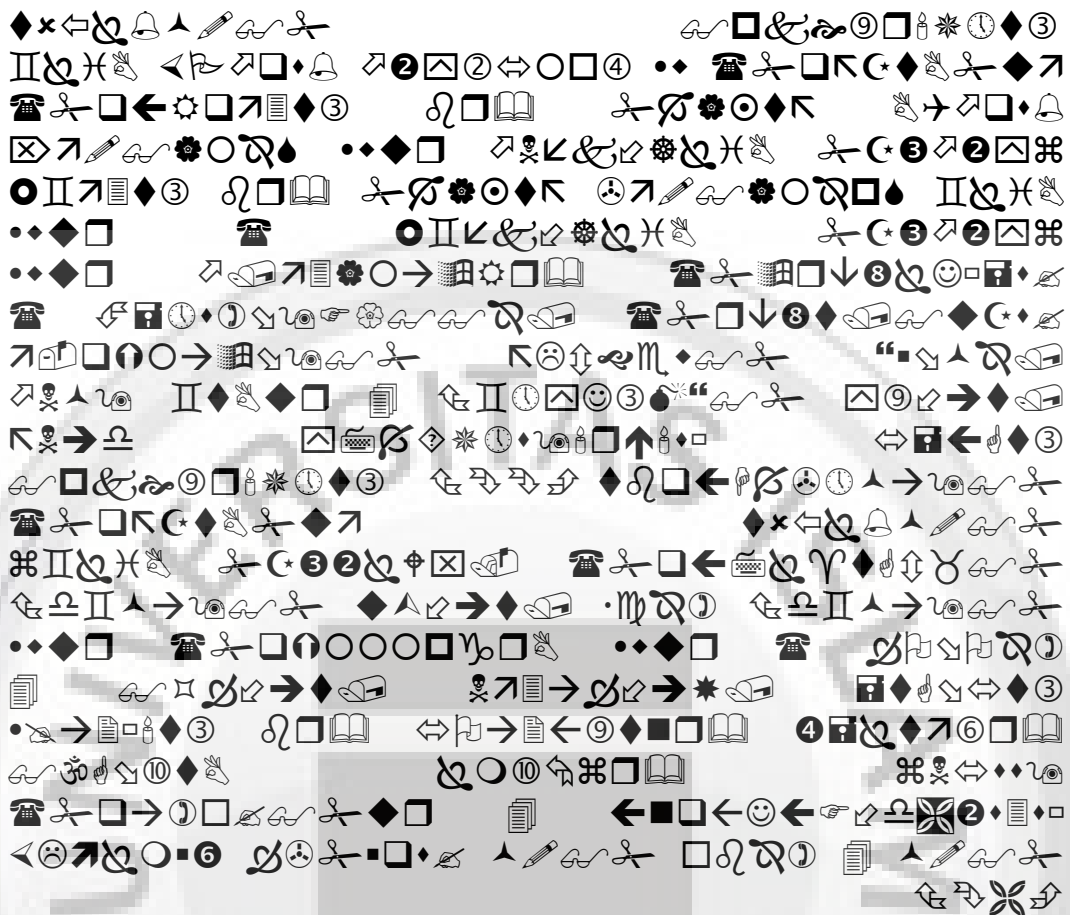
Rabbani berpromosi sesuai dengan anjuran dalam Al-qur'an dan sunah Rasulullah saw. Pada saat melayani pelanggan karyawan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru sopan santun dalam bersikap, berbicara dengan kata-kata yang lemah lembut sesuai dengan surat At-Thaahaa ayat 44:



Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut.

Kemudian menunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan pelanggan. Dalam melayani pelanggan, karyawan tidak boleh ragu-ragu untuk melayani pelanggan akan tetapi karyawan harus percaya diri dalam menghadapi pelanggan, bersikap akrab dan murah senyum dengan raut muka yang menarik serta tidak dibuat-buat. Dalam berkomunikasi karyawan Rabbani telah menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar atau jika menggunakan bahasa lain seperti bahasa sunda pun telah menggunakan bahasa yang sopan. Suara yang digunakan harus jelas dan mudah dalam arti mudah dipahami dan tidak menggunakan bahasa istilah-istilah yang sulit dipahami oleh pelanggan.

Karyawan Rabbani dilarang untuk menjelek-jelekan pesaingnya ini sesuai dengan surat Al-Hujaraat ayat 11-12 yang berbunyi:



Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh Jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh Jadi yang direndahkan itu lebih baik. dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan Barangsiapa yang tidak bertobat, Maka mereka Itulah orang-orang yang zalim.

Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang.

Pada dasarnya bagi perusahaan yang berbasis syariah, busana karyawan Rabbani telah memenuhi kewajibannya sebagai umat muslim yaitu dengan memakai baju muslim sesuai syar'i sesuai dengan produk-produk Rabbani. Cara

berbusana ini juga menjadi kontrol bagi karyawan yang bersangkutan dalam pergaulan sehari-hari. Dengan berbusana rapih sesuai dengan prinsip syariah, niscaya kerapihan dan keanggunan yang tercermin dari diri setiap karyawan pun akan memperkuat jati diri sendiri.

Berikut busana karyawan Rabbani yang selalu dipakai saat melayani pelanggan

