

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
MURABAHAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA
BMT NU JAWA TIMUR CABANG SUMBERASIH
KABUPATEN PROBOLINGGO**

SKRIPSI



Oleh :
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Rina
JEMBER
NIM : E20191008

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2023**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
MURABAHAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA
BMT NU JAWA TIMUR CABANG SUMBERASIH
KABUPATEN PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :

Rina

NIM : E20191008

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2023**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
MURABAHAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA
BMT NU JAWA TIMUR CABANG SUMBERASIH
KABUPATEN PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

Rina
NIM : E20191008

Disetujui Pembimbing



Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M.
NIP.196905231998032001

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
MURABAHAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA
BMT NU JAWA TIMUR CABANG SUMBERASIH
KABUPATEN PROBOLINGGO**


SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah


Hari : Kamis
Tanggal : 30 Maret 2023

Tim Penguji

Ketua


Toton Fanshurna, M.EI
NIP. 198112242011011008

Sekretaris


Mohammad Mirza Pratama, S.ST., M.M.
NUP. 2005129105

Anggota :

1. Dr. H. Munir Is'adi, S.E., M.Akun

()

2. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M.

()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Khandan Rif'ati, S.E., M. Si.
NIP. 19680807200003001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٤﴾

Aritnya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Kemenag RI, *Al Qur'an dan Terjemahan*, 04: 29.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang sangat berarti dalam hidup saya, yaitu :

1. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai dan banggakan, Bapak Jula dan Ibu Nurhati. Terimakasih sudah selalu mendoakan, membimbing, memberikan kekuatan, semangat, dan kasih sayang yang tak terhingga yang diberikan untukku. Dan tak lupa semua keluarga tercinta yang juga memberikan semangat untukku.
2. Bapak Ali Shodiq dan Ibu Siti Fatimah yang sudah menganggap saya seperti anak kandung sendiri. Terimakasih atas bantuan yang selama ini diberikan kepada saya, serta doa dan dukungan yang tidak pernah lepas untuk memberikan semangat untukku.
3. Sahabat-sahabat tercinta saya, Lely, Dila, Syafira, Yeni, Nurul, dan Riska. Terimakasih untuk *support* selama ini dan terimakasih sudah selalu ada untuk saya, semoga kelak kita sama-sama menjadi orang sukses. Aamiin.
4. Teman-teman seperjuangan Nissa', Jijah, Hafna, Tania, Zao, Aliya, Musrifah dan yang lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih sudah mau membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Almamater yang kubanggakan Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur Allah SWT, karena dengan ridho dan rahmatNya akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan harapan.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing dan menuntun umatnya ke jalan yang benar yakni agama Islam.

Skripsi ini berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo” merupakan salah satu persyaratan akademik untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari pihak, akan sangat sulit bagi penulis untuk menyusun skripsi ini, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih atas seluruh dukungan dan doa kepada seluruh pihak yang terlibat dalam kelancaran penulisan skripsi ini. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Dosen Pembimbing Akademik.
3. Ibu Nikmatul Masrusoh S.H.I., M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN KH. Achmad Siddiq Jember.

4. Ibu Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah dan Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah memberikan ilmunya selama masa kuliah.
6. Kepada Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo dan seluruh karyawan yang telah membantu peneliti dalam mendapatkan informasi serta motivasi dan ilmunya kepada peneliti.
7. Kepada tim penguji sidang yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada saya sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.

Penulis mengucapkan terimakasih banyak, semoga kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan mendapat balasan pahala dari Allah SWT yang dapat menjadi amal perbuatan dan semoga bermanfaat untuk kita semua di dunia maupun di akhirat. Amin.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 30 Maret 2023

Rina

ABSTRAK

Rina, Dr. Hj. Nurul Setianingrum S.E., M.M. 2023: *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.*

Kata kunci: strategi pemasaran, pembiayaan murabahah, BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

Strategi pemasaran didefinisikan sebagai pemberi arah usaha-usaha pemasaran perusahaan, diterapkan secara berkala, yang berupa serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan. Strategi pemasaran juga merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk baik barang maupun jasa yang ada pada lembaga, baik lembaga keuangan bank maupun non bank. Dengan cara ini lembaga atau perusahaan bisa menawarkan setiap produknya baik produk simpanan, pinjaman, dan pembiayaan. Pembiayaan yang tersedia bermacam-macam, yaitu pembiayaan dengan menggunakan akad-akad tertentu yang dimana disesuaikan dengan kebutuhan para nasabah atau anggota, salah satunya seperti pembiayaan dengan menggunakan akad murabahah yang ada pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

Fokus masalah yang diteliti dalam penulisan skripsi ini adalah: 1) bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo ? 2) Bagaimana implikasi dari strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo ?.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo. 2) mengetahui implikasi dari strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), subyek penelitian menggunakan teknik purposive, kemudian teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya untuk keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian tersebut adalah: 1) strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo dilakukan dengan bauran pemasaran 4P yaitu produk (*product*), tempat (*place*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*). 2) implikasi dari strategi pemasaran yang diterapkan yaitu semakin meningkatnya jumlah anggota yang melakukan pembiayaan murabahah ini, baik nasabah/anggota lama maupun nasabah/anggota yang baru bergabung untuk melakukan pembiayaan pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	21
1. Strategi Pemasaran.....	21
2. Pembiayaan	29

3. Murabahah	31
--------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian.....	34
C. Subjek Penelitian.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Analisis Data	39
F. Keabsahan Data.....	41
G. Tahap-Tahap Penelitian	41

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian	43
B. Penyajian Data dan Analisis.....	51
1. Strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.....	51
2. Implikasi dari strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo	63
C. Pembahasan Temuan.....	69
1. Strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.....	69
2. Implikasi dari strategi pemasaran produk pembiayaan Murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.....	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA	82
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
3. Pedoman Wawancara
4. Surat Izin Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Jurnal Kegiatan Penelitian
7. Dokumentasi Penelitian
8. Surat Keterangan Screening Turnitin
9. Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi
10. Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

No. Keterangan	Hal
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
4.1 Jumlah Anggota Pembiayaan Murabahah BMT NU Jawa Timur cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo Tahun 2016-2022	76
4.2 Jumlah Seluruh Anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo Tahun 2016-2022	77



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No. Keterangan	Hal
4.1 Struktur Organisasi BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo	49
4.2 Proses Permohonan Pembiayaan BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.....	65



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang menerapkan sistem ekonomi islam dalam aktifitasnya. BMT merupakan istilah Bahasa Arab terdiri dari Baitul Maal dan Baitut Tamwil. Baitul Maal lebih mengedepankan sisi sosial berupa zakat, infaq, shadaqah, dan waqaf. Sedangkan pada Baitut Tamwil bagian dari pengembangan untuk aktifitas keuangan yang menghasilkan profit.

BMT yang berbadan hukum koperasi merupakan lembaga keuangan non bank yang menjalankan aktivitas keuangan berdasarkan prinsip syariah. Sehingga menjadi warna tersendiri di Indonesia karena terdapat dua lembaga keuangan syariah yakni perbankan syariah dan koperasi syariah. Keduanya memiliki peran dan sifat yang berbeda.² Pada BMT menawarkan beberapa produk untuk para calon nasabah yang sudah menjadi target untuk melakukan pemasaran. Tidak jauh berbeda dengan bank-bank pada umumnya, yakni produk yang ditawarkan terdiri dari produk pinjaman dan tabungan. Terlepas dari itu, semua produk yang ditawarkan juga menggunakan akad yang sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan oleh pihak BMT.

Strategi Pemasaran didefinisikan sebagai pemberi arah usaha-usaha pemasaran perusahaan, diterapkan secara berkala, yang berupa serangkaian

² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), 39.

tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan. Strategi pemasaran diimplementasikan sebagai tanggapan perusahaan guna menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu dinamis pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya.³

Strategi pemasaran sangat menentukan dalam proses pemasaran, karena mempunyai peranan terhadap perkembangan perusahaan dan lembaga termasuk juga BMT. Ditambah dengan pesatnya arus komunikasi dan informasi yang telah banyak mengubah hidup gaya masyarakat, sehingga konsumen akan sangat jeli dalam memilih produk.⁴ Manajer produk merumuskan misi, tujuan pemasaran dan keuangan, serta kelompok yang ingin dipuaskan dan kebutuhannya oleh penawaran pasar. Kemudian manajer menentukan *positioning* kompetitif lini produk, yang akan menginformasikan “rencana permainan” untuk mencapai tujuan rencana.⁵ Lembaga atau perusahaan pada umumnya berorientasi untuk mendapatkan keuntungan. Dengan begitu, perusahaan harus mampu mempengaruhi masyarakat agar dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan. Dalam hal ini strategi pemasaran menjadi salah satu kunci pokok dan memiliki peran penting dalam usaha untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

BMT harus dapat merencanakan strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan lembaganya salah satu tujuan lembaga adalah untuk menarik minat konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Selain itu promosi penjualan dapat mendorong konsumen dengan segera

³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 168.

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2008), 3.

⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), 61.

untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka lembaga harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu dengan menerapkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion* dalam memasarkan produk dan jasa.⁶

Bauran pemasaran merupakan perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran. Sebagai suatu bauran, unsur-unsur tersebut saling mempengaruhi satu sama lain sehingga bila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya maka akan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan. Oleh karena itulah bauran pemasaran harus dibuat secara menyeluruh dan terarah dengan baik sesuai dengan strategi marketing yang telah ditetapkan.⁷

BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo merupakan bagian dari lembaga keuangan yang menyediakan pembiayaan. Dalam menjangkau minat nasabahnya untuk melakukan pembiayaan maupun simpanan, tentunya harus merencanakan strategi pemasaran yang baik. Banyak produk yang dimanfaatkan untuk menunjang usaha produktif masyarakat, salah satunya produk pembiayaan. Salah satu jenis produk

⁶ M. nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 14-16.

⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 14.

pembiayaan yang diminati di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo adalah pembiayaan murabahah.⁸

Strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah merupakan salah satu strategi yang harus dilakukan agar produk tersebut semakin banyak diminati oleh lapisan masyarakat. Dalam hal ini produk murabahah memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan produk-produk lain yang ada pada lembaga keuangan bank maupun non bank. Diantaranya memiliki keunggulan seperti proses permohonan pembiayaan yang sangat mudah dan cepat, harga yang relatif lebih rendah dibandingkan lembaga keuangan lainnya yang sejenis, sehingga masyarakat semakin loyal untuk melakukan transaksi kembali.⁹

Pembiayaan Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan, termasuk harga awal pembelian barang kepada pembeli/anggota dan pembeli membayarkan dengan harga yang lebih sebagai keuntungan.¹⁰ Murabahah didasarkan pada kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang dimanifestasikan dalam bentuk akad jual beli.¹¹ Perjanjian ini juga senada antara bank dengan nasabah dalam hal pembiayaan pembelian terhadap barang yang dibutuhkan oleh nasabah.¹²

Pembiayaan murabahah diminati oleh beberapa lapisan masyarakat, maka BMT NU Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo harus bisa menerapkan strategi pemasaran dengan baik kepada masyarakat, karena kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap perusahaan yang berorientasi profit yang sifatnya mencari keuntungan, baik pada perusahaan yang bergerak dibidang barang atau jasa. Agar produk murabahah semakin diminati oleh para konsumen maka BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih harus dapat menerapkan strategi

⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2005), 126.

⁹ Khodir, diwawancarai oleh Penulis, Probolinggo, 7 Januari 2023.

¹⁰ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 46.

¹¹ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2004), 113.

¹² Khotibul Umam, Setawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2017), 103.

pemasaran yang baik dan tepat guna menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan produk yang ditawarkan tersebut.¹³

Dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan BMT di dalam persaingan yang sangat ketat menghadapi pasar global serta agar penjualan tidak menurun akibat ketidakpuasan pelanggan, maka dari itu BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo merencanakan strategi pemasaran yang tepat untuk dijalankan. Kebutuhan informasi harus segera dipenuhi dengan melakukan riset agar produk yang ditawarkan di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo tidak menurun dan bisa lebih banyak merekrut anggota baru.¹⁴

Skripsi yang menjadi acuan peneliti yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sri Lestari Ritonga yang berjudul “Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua”. Dalam penelitian tersebut menggunakan teori bauran pemasaran *marketing mix* dengan konsep 7P, sedangkan peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh M. Nur Rianto Al Arif yaitu dengan konsep bauran pemasaran *marketing mix* 4P. maka dari itu, peneliti menggunakan teori 4P ini untuk mengetahui pelaksanaan pemasarannya sudah efisien atau belum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan teori 4P ini pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo, pemasaran yang dilakukan sudah efektif dan efisien, sehingga menghasilkan peningkatan jumlah nasabah yang akan melakukan pembiayaan, khususnya pembiayaan murabahah.

Alasan peneliti memilih BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo untuk dijadikan objek penelitian karena BMT NU Cabang Sumberasih merupakan salah satu BMT yang pertama berdiri dibandingkan dengan BMT lain yang ada di wilayah

¹³ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

¹⁴ Khodir, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 7 Januari 2023.

Kabupaten Probolinggo. Dimana BMT NU Cabang Sumberasih ini sudah berdiri sejak tahun 2016 hingga sekarang dan masyarakat yang ada di wilayah kecamatan Sumberasih yang memiliki usaha banyak berminat pada pembiayaan perorangan yaitu produk pembiayaan murabahah.¹⁵

Pembiayaan murabahah merupakan akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan secara rinci atas barang yang diperjualbelikan, termasuk harga pada awal pembelian barang kepada calon pembeli dan pembeli membayar dengan harga lebih sesuai dengan ketentuan yang disepakati sebagai keuntungan bagi penjual.¹⁶

Sehubungan dengan uraian yang telah dijelaskan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BMT NU JAWA TIMUR CABANG SUMBERASIH KABUPATEN PROBOLINGGO”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dapat diuraikan fokus penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo ?
2. Bagaimana implikasi strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo ?

¹⁵ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

¹⁶ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 46.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan Murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.
2. Untuk mengetahui implikasi strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.¹⁷ Adapun manfaat dari hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan sumbangan pemikiran penulis dalam mengembangkan teori-teori yang telah didapatkan selama mengikuti kuliah dan memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pada umumnya khususnya ekonomi dan bisnis islam mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

¹⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2019), 45.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini untuk menambah wawasan pengalaman dan pengetahuan penelitian terkait dengan strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih probolinggo.

b. Bagi BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Probolinggo

Dapat memberikan sumbangan pemikiran pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Probolinggo dalam mengambil kebijaksanaan secara tepat di masa yang akan datang, khususnya mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih probolinggo.

c. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih probolinggo.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.¹⁸ Maka untuk mempermudah dan menghindari kesalahpahaman

¹⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2019), 45-46.

terhadap makna istilah dalam penelitian ini, maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis

Analisis adalah suatu kegiatan untuk memeriksa atau menyelidiki suatu peristiwa melalui data untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Analisis biasanya dilakukan dalam konteks penelitian maupun pengolahan data. Hasil analisis diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman serta mendorong pengambilan keputusan. Analisis adalah proses dimana penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antara bagian itu untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.

2. Strategi

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹⁹ Strategi adalah pola sasaran, maksud dan tujuan dan kebijakan, serta rencanarencana penting untuk mencapai tujuan itu, yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut atau yang akan di anut oleh perusahaan.²⁰

3. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang akan ditujukan untuk merencanakan, menentukan

¹⁹ Onong Uchayan, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1990). Edisi Revisi, Cet. Ke-5, 32.

²⁰ Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT Raja Wali Prers,2014), 338.

harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen.²¹ pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.²²

4. Produk

Produk adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

5. Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan sebelumnya, baik yang dilakukan sendiri maupun dilakukan oleh lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang telah dikeluarkan untuk suatu investasi yang telah direncanakan sebelumnya.²³

6. Murabahah

Murabahah adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan produksi atau kebutuhan pembelian suatu barang, dari transaksi ini BMT (Baitul Mal Wa Tamwil)

²¹ Basu Swasta Dhammesta, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : BPFE, 2000), 4.

²² Phillip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi XII (Jakarta : Erlangga, 2008), 6.

²³ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (UPP AMP YKPN, Yogyakarta 2015), 17.

memperoleh sejumlah margin/keuntungan yang telah disepakati antara pihak BMT dan calon nasabah.²⁴

7. BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

BMT NU Cabang Sumberasih Probolinggo adalah badan usaha berbadan hukum koperasi yang mempunyai fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan terhadap usaha-usaha produktif dan menguntungkan.

Berdasarkan dari definisi istilah diatas dapat disimpulkan bahwa analisis strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo adalah perencanaan yang dilakukan oleh lembaga untuk memasarkan produk-produk yang ada. Sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah dan meningkatkan keuntungan yang didapat oleh lembaga. Selain itu, dari perencanaan pemasaran yang dilakukan oleh lembaga juga bisa menghasilkan citra baik dari kalangan masyarakat, sehingga dapat dengan mudah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.²⁵

²⁴ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani,2001), 101.

²⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2019), 91.

BAB I Pendahuluan, merupakan dasar atau pijakan dalam penelitian yang meliputi: latar belakang, fokus masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan. Fungsi bab ini untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam penelitian skripsi ini.

BAB II Kajian Kepustakaan, bab ini akan memaparkan kajian pustaka terikat: Kajian terdahulu, serta literatur yang berhubungan dengan skripsi. Penelitian terdahulu yang mencantumkan penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, kemudian di lanjutkan dengan kajian teori yang menjadi pijakan dari bab yang berisikan tentang pembacaan surat yasin.

BAB III Metode Penelitian, yang membahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data serta tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, pada bab ini akan dijelaskan gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis, pada bab ini akan dijelaskan tentang gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis data serta pembahasan temuan.

BAB V Penutup atau kesimpulan dan saran, yang di dalamnya mencakup kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan saran-saran yang tentunya bersifat konstruktif.

Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan beberapa lampiran-lampiran sebagai pendukung di dalamnya pemenuhan kelengkapan data penelitian.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, artikel yang dimuat pada jurnal ilmiah, dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.²⁶ Ada banyak penelitian yang telah dilakukan sehubungan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Sri Lestari Ritonga “*Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua*”, 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan murabahah yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yaitu menggunakan bauran *marketing mix* (*product, price, place, promotion, people, proses, dan Physical evidence*).²⁷ Persamaannya adalah pembahasan tentang strategi pemasaran pembiayaan murabahah dan jenis penelitian. Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.
2. Khasanah Mustika Syahputri dan Mustapa Kamal Rokan “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Menghadapi Persaingan Antar Bank Syariah Pada Bank SUMUT KCP Syariah STABAT*”, 2022.

²⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2019), 46.

²⁷ Sri Lestari Ritonga, “*Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua*”, (Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank SUMUT KCP Syariah Sabat strategi pemasaran pembiayaan murabahah menghadapi persaingan antar bank syariah dengan konsep unggul yaitu tidak menggunakan uang muka diawal pembayaran dan juga menerapkan 4P bauran pemasaran, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi. Adapun yang paling unggul adalah dengan tidak adanya pembayaran uang dimuka dengan jumlah margin yang sesuai dengan kondisi pasar sehingga tidak memberatkan nasabah Pembiayaan murabahah.²⁸ Persamaannya ruang lingkup penelitian dan jenis penelitian. Perbedaannya terletak pada objek penelitian.

3. Siswadi dan Iva Muslikhah N.A “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Sunan Drajat Jawa Timur Cabang Tunggul Paciran Lamongan Jawa Timur)*”, 2022.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran 4P *product, price, place, dan promotion*. Kemudian terdapat faktor penghambat dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan murabahah yaitu terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal.²⁹ Persamaan pada penelitian ini adalah jenis penelitian dan pembahasan tentang strategi pemasaran pembiayaan murabahah. Perbedaannya terletak pada objek penelitian.

²⁸ Khasanah Mustika Syahputri dan Mustapa Kamal Rokan, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Menghadapi Persaingan Antar Bank Syariah Pada Bank SUMUT KCP Syariah Sabat”, *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, Vol. 2 No. 3 (Mei, 2022).

²⁹ Siswadi dan Iva Muslikhah N.A, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Sunan Drajat Jawa Timur Cabang Tunggul Paciran Lamongan Jawa Timur)”, *Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, Vol. 17 No. 1 (April, 2022): 1-10.

4. Dwi Martini “*Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada BRI Syariah KCP Ngawi*”, 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan segmentasi terlebih dahulu yaitu, dalam menentukan strategi pemasaran segmentasi, targeting, dan positioning. Dalam penelitian ini juga terdapat dampak strategi pemasaran *segmentasi, targeting, positioning* dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah. Terdapat dampak positif dan juga negatif. Kendala yang dihadapi yaitu kurangnya pemahaman masyarakat mengenai pembiayaan syariah dengan konvensional karena menganggap keduanya memiliki kesamaan dalam hal pembiayaan yang menyebutkan keuntungan, namun keduanya memiliki perbedaan yang mendasar yaitu bagi hasil, margin, sedangkan untuk konvensional identik dengan bunga. Kemudian solusi yang dilakukan oleh BRI Syariah yaitu selalu berusaha melakukan kegiatan yang baru, inovatif, dan kreatif.³⁰ Persamaannya adalah ruang lingkup penelitian dan jenis penelitian. Perbedaannya terletak pada objek penelitian.
5. Hayati Selvia dan Holilur Rahman “*Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Murabahah Pada BMT NU Cabang Pragaan Dalam Meningkatkan Profitabilitas*”, 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Pragaan dalam meningkatkan profitabilitas adalah dengan cara menggenjot pembiayaan kepada nasabah. BMT NU Cabang Pragaan melakukan pemasaran sesuai dengan target pasar dengan cara melihat kebutuhan-kebutuhan calon

³⁰ Dwi Martini, “*Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada BRI Syariah KCP Ngawi*”, (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021).

nasabah. Konsep terakhir pemasaran yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Pragaan adalah dengan menggunakan bauran pemasaran.³¹ Persamaan penelitian ini adalah jenis penelitian dan pembahasan tentang pembiayaan murabahah. Perbedaannya terletak pada titik fokus dalam penelitian terdahulu dalam meningkatkan profitabilitas.

6. Lenny Shelawati “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di BMT Al Fattah Juwana*”, 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Al-Fattah Juwana dalam memasarkan produknya adalah melakukan perumusan dalam memilih dan menetapkan pasar yang dituju dengan menggunakan pensegmentasian, *targeting*, dan *positioning*. Kemudian yang kedua yaitu dengan cara menerapkan *marketing mix* atau bauran pemasaran jasa yang terdiri bauran pemasaran yang terdiri dari unsur 7P, yaitu *product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *People* (SDM), *Physical evidence* (bukti fisik), *Process* (proses).³² Persamaan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian dan pembahasannya. Perbedaannya terletak pada titik fokusnya, dalam penelitian terdahulu memfokuskan dalam meningkatkan jumlah nasabah.
7. Yusup Andi Irawan “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Pada BMT Bangun Derajat Sejahtera Tulang Bawang)*”, 2019. Hasil penelitian

³¹ Hayati Selvia dan Holilur Rahman, “Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Murabahah Pada BMT NU Cabang Pragaan Dalam Meningkatkan Profitabilitas”, *Jurnal Eksyar (Ekonomi Syariah)*, Vol. 8 No. 1 (Juni, 2021): 124-147.

³² Lenny Shelawati, “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al Fattah Juwana*”, (Skripsi, IAIN Kudus, 2020).

menunjukkan bahwa BMT Bangun Drajad Sejahtera Tulang Bawang menerapkan beberapa strategi pemasaran sebagai upaya dalam menarik minat anggota dalam menggunakan produk murabahah, diantaranya : strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi serta beberapa media seperti periklanan, promosi atau personal selling.³³ Persamaannya adalah jenis penelitian dan ruang lingkupnya. Perbedaannya terletak pada titik fokusnya, penelitian terdahulu memfokuskan dalam meningkatkan jumlah nasabah.

8. Sella Anjarsari “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Usaha Mikro (Studi Kasus Pada BPRS Metro Madani Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan)*”, 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah pada usaha mikro BPRS Metro Madani dilakukan dengan cara pemasaran dengan *Canvassing* (Silaturahmi terhadap instansi-instansi), pemasaran dengan penawaran pada keluarga para karyawan BPRS Metro Madani, pemasaran pada penawaran teman dekat, pemasaran dengan penawaran pada pasar-pasar, pemasaran dengan penawaran pada toko-toko. BPRS Metro Madani Cabang Jatimulyo juga menggunakan STP yaitu *segmentasi, targeting dan positioning*. Kemudian BPRS Metro Madani juga mengembangkan bauran pemasaran yang meliputi strategi 4P yaitu, strategi

³³ Yusup Andi Irawan, “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Pada BMT Bangun Derajat Sejahtera Tulang Bawang)*”, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019).

produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi.³⁴ Persamaan dalam penelitian ini yaitu ruang lingkup penelitian dan jenis penelitian. Perbedaannya adalah objek penelitiannya.

9. Emmi Rosmiati “*Strategi Pemasaran Produk Murabahah Dalam Meningkatkan Kualitas Pembiayaan Pada BNI Syariah Cabang Pembantu Belopa*”, 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk Bank BNI Syariah KCP Belopa menggunakan strategi *Door to door*, pemasangan brosur, sosialisasi kepada masyarakat dan jemput bola. Adapun *marketing mix* yang digunakan yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi.³⁵ Persamaannya adalah penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif, ruang lingkup tentang pemasaran produk murabahah. Sedangkan perbedaannya objek penelitiannya dan titik fokus terdahulu dalam meningkatkan kualitas pembiayaan.

10. Inesti Nurhatika “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada KJKS BMT Al-Makmur Cubadak*”, 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh KJKS BMT Al-Makmur adalah dengan menggunakan strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi.³⁶ Persamaannya adalah jenis

³⁴ Sella Anjarsari, “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Usaha Mikro (Studi Kasus Pada BPRS Metro Madani Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan)*”, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019).

³⁵ Emmi Rosmiati, “*Strategi Pemasaran Produk Murabahah Dalam Meningkatkan Kualitas Pembiayaan Pada BNI Syariah Cabang Pembantu Belopa*”, (Skripsi, IAIN PALOPO, 2019).

³⁶ Inesti Nurhatika, “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada KJKS BMT Al-Makmur Cubadak*”, (Skripsi, IAIN Batusangkar, 2019).

penelitian deskriptif kualitatif, ruang lingkup penelitian tentang pembiayaan murabahah. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

Tabel 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

No	Nama dan tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Sri Lestari Ritonga, 2022	1. Jenis penelitian kualitatif dengan melakukan penelitian lapangan, 2. Pembahasan tentang strategi pemasaran pembiayaan murabahah	1. Objek penelitian
2.	Khasanah Mustika Syahputri dan Mustapa Kamal Rokan, 2022	1. Ruang lingkup penelitian, yaitu tentang pembiayaan murabahah 2. Jenis penelitian sama-sama kualitatif deskriptif	1. Objek penelitiannya 2. fokus penelitian
3.	Siswadi dan Iva Muslikhah N.A, 2022	1. Jenis penelitian yang digunakan yaitu dengan pola deskriptif kualitatif, 2. Pembahasan tentang strategi pemasaran pembiayaan murabahah	1. Objek penelitiannya
4.	Dwi Martini, 2021	1. Ruang lingkup penelitiannya yaitu tentang pembiayaan murabahah, 2. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kualitatif	1. Objek penelitian
5.	Hayati Selvia dan Holilur Rahman, 2021	1. Pembahasannya, yaitu tentang strategi pemasaran pembiayaan murabahah 2. Jenis penelitian yang digunakan yaitu	1. Objek penelitiannya 2. Fokus penelitian

		kualitatif	
6.	Lenny Shelawati, 2020	1. Ruang lingkupnya tentang pembiayaan murabahah	1. Fokus penelitian 2. Objek penelitiannya
7.	Yusup Andi Irawan, 2019	1. Pembahasan tentang strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah 2. Jenis penelitian yang dilakukan dengan penelitian lapangan bersifat deskriptif	1. Fokus penelitian 2. Objek penelitiannya
8.	Sella Anjarsari, 2019	1. Ruang lingkup penelitian yaitu tentang pembiayaan murabahah 2. Jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan dan bersifat deskriptif kualitatif	1. Objek penelitiannya
9.	Emmi Rosmiati, 2019	1. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif 2. Ruang lingkup tentang pemasaran produk murabahah	1. Objek penelitiannya 2. Fokus terdahulu dalam meningkatkan kualitas pembiayaan
10.	Inesti Nurhatika	1. Jenis penelitian deskriptif kualitatif 2. Ruang lingkup penelitian tentang pembiayaan murabahah	1. Objek penelitiannya

Sumber : Diolah dari penelitian terdahulu

Berdasarkan dari tabel penelitian terdahulu diatas, dapat disimpulkan bahwa perbedaan dari penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu, yang tampak terlihat jelas adalah terletak pada objek penelitiannya dan juga pada titik fokus fenomena yang diteliti oleh penelitian terdahulu dan peneliti. Sedangkan persamaannya yaitu metode yang digunakan adalah menggunakan pendekatan

kualitatif yang bersifat deskriptif dan juga terletak pada ruang lingkup penelitian, yaitu tentang pembiayaan murabahah.

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.³⁷

1. Strategi Pemasaran

a. Strategi

Secara bahasa strategi muncul dari bahasa Yunani yang merupakan cara-cara jitu yang digunakan untuk mengalahkan para pesaing atau lawan musuh. Sedangkan secara umum strategi adalah suatu alat atau acuan yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan semaksimal mungkin.³⁸

Dari pengertian di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa strategi suatu susunan atau beberapa proses yang digunakan para perusahaan untuk mencapai tingkat keberhasilan dengan mencoba menjadi yang paling utama dari semua pesaingnya.

b. Pemasaran

Pemasaran merupakan semua kegiatan bisnis yang meliputi aktivitas pengiriman barang atau jasa yang semula dari produsen

³⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2019), 46.

³⁸ Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 2.

menuju seorang konsumen dengan berbagai alat atau cara.³⁹ Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang akan ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen.⁴⁰

Pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang dan meningkatkan keuntungan. Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi saat sekarang, mengukur seberapa besarnya kebutuhan tersebut, menentukan sasaran mana yang paling baik untuk dilayani organisasi, serta mencari program pelayanan yang tepat untuk mampu melayani kebutuhan pasar. Jadi pemasaran merupakan media penghubung antara kebutuhan nasabah potensial dengan organisasi atau manajemen sebagai produsen produk dan jasa perbankan.⁴¹

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial antara produsen dan konsumen dengan mengalirkan barang atau jasa melalui proses pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan masing-masing pihak.

³⁹ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), 4-5.

⁴⁰ Basu Swasta Dhammesta, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : BPF, 2000), 4.

⁴¹ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-8, (Jakarta: Erlangga, 2001), 7.

c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yaitu logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan perusahaan memutuskan pelanggan mana yang akan dilayani. Perusahaan mengenali keseluruhan pasar, melalui membaginya menjadi segmen-segmen yang lebih kecil, memilih segmen yang paling menjanjikan dan memuaskan perhatian pada pelayanan dan pemuasan pelanggan dalam segmen ini.⁴² Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.⁴³

Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran bukanlah merupakan sejumlah tindakan khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang menunjukkan usaha-usaha pokok yang diarahkan untuk mencapai tujuan.

d. Tujuan Pemasaran

Setiap tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran, suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang

⁴² Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12, jilid 1*, (Jakarta : Erlangga, 2008), 188.

⁴³ Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), 281.

diharapkan. Secara umum tujuan pemasaran perusahaan jasa seperti BMT adalah sebagai berikut:

- 1) Memaximumkan konsumsi dengan memberikan kemudahan konsumsi bagi anggota, sehingga anggota akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan BMT secara berulang ulang.
- 2) Memaximumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan anggota.
- 3) Memaximumkan pilihan (ragam produk) dengan menyediakan berbagai jenis produk BMT sehingga anggota memiliki beragam pilihan pula.
- 4) Memaximumkan mutu hidup dengan memberikan Berbagai kemudahan kepada anggota dan menciptakan iklim yang efisien.⁴⁴

e. Konsep Pemasaran

Ada empat konsep dalam pemasaran dimana setiap konsep dapat dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan. Adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1) Konsep produksi

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karena itu harus berkonsentrasi pada peningkatan efisien produksi dan efisien distribusi. Konsep ini merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntut para penjual dan merupakan konsep yang

⁴⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), 197.

menekankan pada volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin.

2) Konsep produk

Konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu, perusahaan harus mencurahkan upaya terus menerus dalam perbaikan produk. Konsep ini menimbulkan adanya marketing myopia (pemandangan yang dangkal terhadap pemasaran). Konsep produk merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan, dan cirri-ciri terbaik.

3) Konsep penjualan

Konsep penjualan berfikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Konsep ini biasanya diterapkan pada produk asuransi, ensiklopedia atau kapling-kapling pemakaman, juga untuk lembaga nirlaba seperti partai politik (parpol). Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang lancar.

4) Konsep pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang

diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing.⁴⁵

f. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product, price, promotion, place* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.⁴⁶ Konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P, yaitu : *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi).

1) Produk (*Product*)

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti produk kendaraan bermotor, komputer, alat elektronik atau produk lainnya yang bersifat konkret. Sementara produk jasa sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan. Ini hal penting dari pemasaran yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.

Pembiayaan murabahah merupakan salah satu produk yang banyak diminati oleh nasabah. Hal ini dikarenakan produk tersebut memiliki beberapa kelebihan seperti pengajuan pembiayaan yang mudah dan cepat. Untuk meningkatkan produk ini, perusahaan dapat secara agresif menekankan kelebihan-kelebihan dari produk ini kepada calon nasabah. Salah satu kelebihan yang dimiliki

⁴⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), 197-198.

⁴⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 14.

produk pembiayaan murabahah adalah dapat memberikan pembiayaan kepada calon nasabah yang memang memiliki kemampuan bayar yang baik (bisa dilihat dari pendapatan nasabah dan pengeluaran nasabah perbulannya).

2) Harga (*Price*)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. Strategi harga sangat berperan dalam meningkatkan pertumbuhan dari produk pembiayaan murabahah. Strategi harga disini berkaitan dengan tingkat margin yang ditentukan perusahaan. Margin pun dapat digunakan untuk menciptakan strategi pemasaran yang agresif. Calon nasabah harus tahu bahwa penetapan harga jual/margin sudah sangat "layak" bagi nasabah, pengertian margin "layak" yaitu margin yang memiliki nilai bersaing dengan margin sejenis dari bank lain.

3) Tempat (*Place*)

Pemilihan lokasi (tempat) sangat penting, dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakan mesin ATM, bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju berikut yang sesuai dengan *core business* dari

perusahaan. Penentuan lokasi daerah kantor merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting dalam meningkatkan pertumbuhan produk pembiayaan murabahah. Lokasi yang strategis yaitu lokasi yang berorientasi kepada nasabah, dekat dengan pusat perbelanjaan, transportasi yang mudah, dekat dengan lokasi bisnis lainnya selain itu tersedia beberapa fasilitas yang mendukung seperti saluran listrik dan telepon dan sistem keamanan yang ketat merupakan syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk meningkatkan pertumbuhan produk secara agresif.

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Untuk memaksimalkan pertumbuhan produk, perusahaan dan bank menggunakan salah satu aspek pemasaran yaitu promosi. Dengan promosi, bank dapat menyampaikan informasi mengenai produk yang bertujuan membujuk, menyebarkan informasi, dan meningkatkan pasar sasaran atas bank dan produk agar masyarakat menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan bank.⁴⁷

⁴⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 14-16.

2. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu jenis kegiatan usaha bank syariah. Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah.⁴⁸ Pembiayaan secara luas berarti financing yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain.⁴⁹

Pembiayaan digunakan untuk membiayai kebutuhan-kebutuhan investasi bagi bank tersebut dalam bentuk pembelian harta tetap seperti pembelian tanah, bangunan, mesin-mesin, kendaraan atau peralatan lainnya, semua itu ditunjukkan untuk menunjang kelancaran operasional Bank tersebut.⁵⁰

b. Unsur Pembiayaan

Adapun unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas pembiayaan adalah sebagai berikut :

1) Kepercayaan

Bank harus yakin dan percaya bahwa nasabah pasti akan mengembalikan kredit yang diberikan. Kepercayaan ini didasarkan pada latar belakang dan pengalaman usaha nasabah yang akan dibiayai secara prospek usahanya.

⁴⁸ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Kedua (Jakarta: Jakarta, 2017), 347.

⁴⁹ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 42.

⁵⁰ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 216

2) Jangka waktu

Setiap kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu. Jangka waktu artinya batas waktu pengembalian suatu pinjaman lamanya jangka waktu pinjaman tergantung dari kesepakatan Bank dan nasabah.

3) Kesepakatan

Sebelum kredit diberikan, bank sebagai kreditor terlebih dahulu membuat perjanjian dengan nasabah. Perjanjian ini dituangkan dalam akad kredit. Isi perjanjian ini memuat hak dan kewajiban masing-masing pihak yang harus ditaati bersama.

4) Resiko

Kredit yang disalurkan memiliki resiko untuk tidak terbayar pada saatnya. Tingkat resiko ini dapat dipengaruhi oleh dua hal.

Pertama adalah faktor kesengajaan, yaitu nasabah sengaja tidak mau membayar kredit yang dibiayai karena berbagai sebab. Kedua adalah faktor tidak sengaja, yaitu nasabah memiliki kemauan untuk membayar tapi tidak memiliki kemampuan, misalnya karena kredit yang dibiayai mengalami musibah.

5) Akad

Akad merupakan suatu kontrak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara pihak bank dan pihak nasabah.⁵¹

⁵¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2011), 107.

c. Tujuan Pembiayaan

Tujuan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah untuk kesempatan kerja dan kesejahteraan ekonomi sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pembiayaan tersebut harus dapat dinikmati oleh sebanyak-banyaknya pengusaha yang bergerak dibidang industri, pertanian dan perdagangan untuk menunjang kesempatan kerja sama dan menunjang produksi dan distribusi barang-barang dan jasa-jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun ekspor.

3. Murabahah

a. Pengertian Murabahah

Murabahah merupakan aktivitas jual beli yang terdiri dari penjual dan pembeli, dan penjual menyebutkan harga barang kepada pembeli, dan meminta sedikit keuntungan yang sudah ditetapkan sebelumnya berdasarkan akad.⁵² Dalam lembaga keuangan, akad murabahah dapat dilihat pada lembaga bank, di mana bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembelinya.

b. Manfaat Pembiayaan Murabahah

Sesuai dengan sifat bisnis (*tijarah*), transaksi murabahah memiliki beberapa manfaat, yaitu: *Bai"al-Murabahah* memberi banyak manfaat pada bank syariah salah satunya adalah adanya keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual kepada nasabah. Selain itu sistem *bai" al-murabahah* juga

⁵² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), 138.

sangat sederhana hal tersebut memudahkan penanganan administrasinya di bank syariah.

c. Resiko Pembiayaan Murabahah

Resiko yang harus diantisipasi antara lain:

- 1) *Default* atau kelalaian, nasabah sengaja tidak membayar angsuran.
- 2) Penolakan nasabah yaitu barang yang dikirim bisa saja ditolak oleh nasabah karena berbagai sebab. Bisa jadi karena rusak dalam perjalanan sehingga nasabah tidak mau menerimanya, karena itu sebaiknya dilindungi dengan asuransi. Kemungkinan lain karena nasabah merasa spesifikasi barang tersebut berbeda dengan barang yang dipesan. Bila bank telah menandatangani kontrak pembelian dengan penjual, barang tersebut akan menjadi milik bank.⁵³

d. Tujuan Murabahah

Sebenarnya murabahah hanya digunakan dalam situasi yang khusus. Berikut ini tujuan murabahah menurut beberapa ahli:

- 1) Al-Marghinani, tujuan dari murabahah adalah untuk melindungi konsumen yang tidak berdaya terhadap tipu muslihat para pedagang yang curang karena konsumen tersebut tidak memiliki keahlian untuk dapat melakukan jual-beli.
- 2) Imam Ahmad lebih memilih musawamah, yaitu jual-beli biasa, karena musawamah lebih mudah dari pada murabahah. Menurut

⁵³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2011), 107.

Imam Ahmad, murabahah lebih rumit pelaksanaannya dari pada musawamah karena menghendaki perlunya bagi pembeli untuk mengetahui keterangan perincian dari barang yang akan dibeli. Patut disimak bahwa murabahah yang modren dilaksanakan terutama oleh bank-bank dan lembaga-lembaga keuangan berbasis pembayaran tertunda.

Murabahah yang dilaksanakan oleh bank-bank di Indonesia seyogianya hanya dilaksanakan untuk membiayai pembelian barang-barang yang sudah tersedia pada pemasok dan jelas spesifikasinya. Apabila tidak demikian, seyogianya bank memilih model pembiayaan yang lain yang banyak tersedia dalam industri perbankan syariah, misalnya model pembiayaan mudharabah atau musyarakah.⁵⁴

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁵⁴ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2018), 226-227.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Model penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dengan dengan melakukan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti merupakan suatu nilai di balik data yang tampak.⁵⁵

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yang mana peneliti ini lebih menitik beratkan kepada hasil pengumpulan data dari informan yang telah ditentukan.⁵⁶ Dimana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk menggali informasi mengenai Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Probolinggo yang terletak di Jalan Raya Bromo (utara pasar Muneng) Desa Muneng Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2014), 3.

⁵⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), 135.

C. Subjek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian.⁵⁷

Untuk menentukan siapa saja informan yang akan digunakan sebagai subjek penelitian maka peneliti menggunakan teknik *purposive*. *Purposive* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.⁵⁸ Ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi agar teknik *purposive* tetap valid untuk digunakan. Diantaranya yaitu : karakteristik populasi harus sesuai dengan tujuan dari penelitian, sampel berdasarkan individu, kelompok, maupun wilayah harus memenuhi latar belakang yang diinginkan oleh penelitian, dan sampel yang dipilih harus benar-benar menjadi ciri-ciri mayoritas pada populasi. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah :

1. Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.
2. Khodir selaku bagian pembiayaan BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.
3. Al Supiyatiningsih selaku bagian keuangan dan administrasi BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

⁵⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2019), 47.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 216.

4. Bapak Saiful Haq dan Bapak Muhammad selaku nasabah pembiayaan murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

Berdasarkan sumbernya, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung didapat oleh orang yang berkepentingan atau peneliti tersebut. Data yang diperoleh dengan cara wawancara dengan informan. Dalam penelitian ini sumber utama adalah pegawai dan nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari bahan kepustakaan. Pada data sekunder, data-data diperoleh dari literatur-literatur atau bacaan yang relevan dengan penelitian ini. Adapun data sekunder penelitian ini adalah data jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.⁵⁹ Adapun dokumentasi yang diperoleh peneliti meliputi :

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 240.

- a. Proses wawancara dengan informan
- b. Brosur BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo
- c. Data nasabah yang melakukan pembiayaan murabahah
- d. Suasana kantor BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

2. Observasi (pengamatan)

Observasi merupakan teknik atau cara mengumpulkan data dengan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Nasution menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.⁶⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi partisipasi pasif. Jadi dalam hal ini peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Adapun data yang diperoleh peneliti dengan menggunakan teknik ini yaitu :

- a. Strategi yang dilakukan BMT dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan murabahah.
- b. Implikasi dari strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah

3. Interview (wawancara)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti wawancara ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 226.

permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara yang telah tersusun secara sistematis, hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁶¹ Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan cara wawancara langsung baik secara struktur maupun bebas dengan pihak karyawan yang memasarkan produk pembiayaan murabahah. Adapun wawancara yang diperoleh peneliti yaitu :

- a. Mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah yang dilakukan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo
- b. Mengenai implikasi dari strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah yang dilakukan oleh BMT NU Jawa Timur cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo
- c. Profil BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo
- d. Sejarah berdirinya BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo
- e. Struktur organisasi BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo
- f. Visi dan Misi BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 233.

- g. Kegiatan pokok BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

E. Analisis Data

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan. Analisis secara kualitatif deskriptif dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan mencari data di lapangan yang akan digunakan untuk menjawab pada permasalahan penelitian. Peneliti mengumpulkan data sebanyak-banyaknya untuk mendukung fenomena ini. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan muralbalhal pada BMT NU Jawa Timur Kabupaten Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

2. Reduksi Data

Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dari data yang telah dikumpulkan, kemudian dipilah-pilah mana yang erat kaitannya dengan penelitian ini, sedangkan yang tidak berhubungan dengan penelitian tidak perlu dicantumkan. Dari hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti kemudian dikelompokkan manakah yang

relevan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

3. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan melakukan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. kemudian setelah dilakukan mereduksi data, maka data yang relevan dengan judul penelitian disajikan dalam bentuk penyajian data, baik berupa grafik, matrik, dan jejaring kerja yang sesuai dengan strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

4. Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang setelah diteliti menjadi lebih jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Dalam penarikan kesimpulan, peneliti membandingkan dengan kajian teori yang ada, apakah sudah sesuai atau tidak sesuai dengan teori yang ada tentang strategi pemasaran produk

pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.⁶²

F. Keabsahan Data

Untuk membuktikan bahwa apa yang telah diamati oleh peneliti sesuai dengan yang terjadi sebenarnya di lapangan. Adapun dalam pengujian kreadibilitas menggunakan triangulasi, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber berarti, untuk mendapatkan dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Adapun teknik-teknik triangulasi sumber diantaranya:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan dengan apa yang dilakukan oleh informan satu dengan informan lainnya.
3. Membandingkan tentang apa yang diinformasikan dengan realitas yang ada.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Tahapan yang perlu dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Tahap Pra Lapangan :
 - a. Menyusun rancangan penelitian.
 - b. Memilih lapangan penelitian.
 - c. Mengurus perizinan.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 247.

- d. Menjajaki dan menilai lapangan.
- e. Memilih dan memanfaatkan informan.
- f. Menyiapkan perlengkapan penelitian.

2. Tahap Penelitian Lapangan :

- a. Memahami latar belakang dan tujuan penelitian.
- b. Memasuki lokasi penelitian.
- c. Mencari sumber data yang telah ditentukan/obyek penelitian.
- d. Pengumpulan data.
- e. Menganalisa data dengan menggunakan prosedur penelitian yang telah ditetapkan.

3. Tahap Akhir Penelitian Lapangan :

- a. Penarikan kesimpulan.
- b. Menyusun data yang telah ditetapkan Kritik dan saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

Berdirinya BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih berawal dari adanya permintaan MWCNU setempat di Kecamatan Sumberasih yang dipelopori oleh KH. Muhyidin Hamim, Ustadz Moh. Hayatullah, Bapak Edi Sunarko dan Bapak Muklas. Mereka merupakan tokoh yang berjuang untuk pendirian kantor BMT NU di Kecamatan Sumberasih. Melihat disepanjang sejarah pendirian BMT NU di kecamatan Sumberasih proses yang dilalui hampir mencapai satu tahun dengan cara mengusulkan pendirian kantor cabang pada pusat BMT NU yang berada di Kabupaten Sumenep. Kemudian setelah beberapa bulan dianalisis apakah wilayah tersebut potensial atau tidak untuk didirikannya lembaga keuangan mikro baik dari segi geografis, tingkah laku, dan penghasilan masyarakat sekitar maka pada tanggal 19 Mei 2016 berdirilah BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo yang lokasinya berada di jalan Raya Bromo (utara pasar Muneng) Desa Muneng Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo.⁶³ Dan juga permintaan dari warga NU di Kecamatan Sumberasih dan sekitarnya agar masyarakat bisa terhindar dari

⁶³ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

praktik riba yang kebetulan pada saat itu di Kecamatan Sumberasih belum ada lembaga keuangan syariah.⁶⁴

Produk-produk yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo sama dengan produk yang sudah ditetapkan oleh BMT NU pusat, yaitu terdiri dari produk simpanan, pinjaman, pembiayaan, dan produk jasa. Salah satu produk yang lumayan di minati oleh masyarakat sekitar, terutama yang memiliki usaha kecil maupun besar yang ada di Sumberasih yaitu produk pembiayaan murabahah. Dimana produk ini merupakan salah satu pembiayaan yang ada di BMT yang memiliki beberapa keunggulan. Diantaranya seperti harga yang murah dibandingkan dengan koperasi lain yang sejenis.⁶⁵ Kemudian untuk harga itu sendiri tidak terlalu berpengaruh bagi masyarakat, karena masyarakat merasa di BMT ini sudah menentukan harga yang lebih murah dibandingkan yang lain seperti PNM Mekar, BTPN, dan yang lainnya.⁶⁶

2. Visi dan Misi Lembaga

Untuk mewujudkan tujuan lembaga, terdapat visi dan misi yang merupakan salah satu aspek penting sebagai dasar pelaksanaan berbagai kegiatan perusahaan untuk membangun dan mencapai tujuan perusahaan.

Adapun visi misi BMT NU Jawa Timur adalah sebagai berikut :

⁶⁴ Khodir, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 7 Januari 2023.

⁶⁵ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

⁶⁶ Muhammad, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 23 Januari 2023.

a. Visi BMT NU Jawa Timur

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah dan professional sehingga unggul dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

b. Misi BMT NU Jawa Timur

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama.
- 2) Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang professional dan amanah.
- 3) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang tahun 2026.
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segment UMKM baik pada perseorangan maupun berbasis jamaah.
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shadaqah, dan waqaf.
- 6) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, professional dan memiliki integritas tinggi.
- 7) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta management yang sesuai prinsip kehati-hatian.

- 8) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- 9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.⁶⁷

3. Legalitas Hukum

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) merupakan bentuk lembaga keuangan dan bisnis yang serupa dengan koperasi atau lembaga swadaya masyarakat (LSM). Baitul Tamwil merupakan cikal bakal lahirnya bank syariah pada tahun 1992. Segmen masyarakat yang biasanya dilayani BMT adalah masyarakat kecil yang kesulitan berhubungan dengan bank. Perkembangan BMT semakin marak setelah mendapat dukungan dari Yayasan Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (YINBUK) yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI).⁶⁸

KJKS BMT NU dilahirkan pada tanggal 01 Juli 2004. Pada awal berdirinya sesuai dengan kesepakatan diawal pendiriannya. Kelahiran KJKS BMT NU tidak dibarengi dengan legalitas hukum. Hal ini dimaksudkan agar tidak semakin menambah daftar koperasi yang ada badan hukumnya namun usahanya tidak ada. Para pendiri MWC NU Gapura waktu itu menyepakati agar legalitas hukumnya diupayakan setelah melihat adanya menguatnya kepercayaan masyarakat,

⁶⁷ Dokumentasi, Probolinggo, 4 Januari 2023.

⁶⁸ Muhammad, *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan Dan Ancaman*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2006), 135.

perkembangannya yang signifikan serta prospek usaha yang menggembirakan.

Akhirnya melalui Rapat Anggota Tahunan (RAT) tahun buku 2006, anggota memberikan amanat kepada pengurus agar legalitasnya diupayakan pada tahun 2007. Adapun legalitas hukum yang diperoleh pada tahun 2007 sebagai berikut :

- a. Akte Notaris Nomor : 10 tanggal 4 Mei 2007
- b. Badan Hukum : 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007
- c. SIUP : 503/6731/SIUP-K/435.114/2007
- d. TDP : 13212200588
- e. NPWP : 02.599.962.4-608.000

Selanjutnya, melalui RAT tahun buku 2013. Anggota memberikan amanat kepada pengurus agar melakukan ekspansi usaha dengan membuka cabang diluar Kabupaten Sumenep, kemudian amanat tersebut oleh pengurus dengan diawali perubahan anggaran dasar dan perubahan alih bina dari tingkat Kabupaten Sumenep menjadi tingkat provinsi Jawa Timur.

Sesuai dengan ketentuan dalam anggaran dasar KJKS BMT NU Pasal 19 perubahan anggaran dasar yaitu dengan melalui rapat anggota khusus pada tanggal 21 Juni 2014. Akhirnya pada tahun 2014 telah diperoleh legalitas hukum sebagai berikut :

- a. Akte Notaris N0.14 Tanggal 12 Nopember 2014.
- b. Surat Pengesahan Perubahan Anggaran Dasar Nomor P2T/9/09.02/01/XII/2014.
- c. Surat Izin Usaha Simpan Pinjam Nomor P2T/25/09/.06/01/XII/2014.

Selanjutnya pada tanggal 26 Mei 2015, KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur telah mendapatkan sertifikat Nomor Induk Koperasi (NIK) yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM RI, dengan NIK: 3529170020039 dan sudah diperbarui pada tanggal 12 Maret 2018.⁶⁹

4. Letak Geografis Obyek Penelitian

BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih terletak di Jalan Raya Bromo (Utara Pasar Muneng) Desa Muneng, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo 67251, dengan batas wilayah sebagai berikut :

Utara : Perumahan warga

Selatan : Perumahan Warga

Barat : Perumahan Warga

Timur : Jl. Raya Bromo⁷⁰

⁶⁹ Dokumentasi, Probolinggo, 4 Januari 2023

⁷⁰ Observasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo, 26 Desember 2022

5. Struktur Organisasi BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih

Gambar 4.1 Struktur Organisasi⁷¹



Adapun deskripsi tugas dari pengelola BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo yang berkaitan dengan fenomena penelitian adalah sebagai berikut :

1. Kepala Cabang

- a. Memastikan terlaksananya pelayanan yang memuaskan (*service excellent*)
- b. Mengendalikan aktivitas funding dan lending di KSPP. Syariah BMT NU.
- c. Memberikan Persetujuan dan atau penolakan terhadap permohonan pembiayaan sesuai dengan kewenangannya.

⁷¹ Dokumentasi, Probolinggo, 4 Januari 2023

- d. Menandatangani Perjanjian Alkald pembialyalaan serta dokumen lainnya yang berhubungan dengan simpalnaln dan pembialyalaan.
- e. Memimpin Ralpalt – ralpalt untuk membalhals calpaliaan talrget dan kendallal-kendallal yang dihaldalpi.
- f. Bertalnggungjalwalb terhaldalp penelitaln dan pengembalngaln yang berhubungan dengan kuallitals keseluruhaln kinerjal KSPP. Syalrialh BMT NU.
- g. Melalkukaln perencalnalaln stralategi pemalsalraln yang terpaldu dan efisien dengan memperhaltikaln sumber dalyal.
- h. Melalkukaln tindalkaln pencegalhaln algalr kebijalkaln dan/altalu keputusaln yang dialmbil tidak menyimpalng dalri ketentualn dan peralturaln yang berlaku termasuk prinsip Syariahh bagian keuangan.

2. Administrasi dan Keuangan

- a. Memberikan pelayanan secara prima.
- b. Memastikan terlaksananya pelayanan yang memuaskan (service excellent).
- c. Bertindak selaku accounting cabang.
- d. Mengarsip laporan keuangan dan berkas-berkas yang berkaitan secara langsung dengan keuangan.
- e. Membuat Laporan Arus Kas untuk disampaikan kepada kepala Cabang.

- f. Memantau Liquiditas kantor cabang KSPP. Syariah BMT NU.
- g. Memperhatikan masukan serta keluhan anggota dan mitra atas pelayanan KSPP. Syariah BMT NU.

3. Bagian Pembiayaan

- a. Memastikan seluruh pengajuan pembiayaan telah diproses sesuai dengan proses sebenarnya.
- b. Bertanggung jawab terhadap terlaksananya proses pembiayaan dari pengajuan hingga realisasi.
- c. Memantau jadwal angsuran dan pelunasan Pembiayaan.
- d. Mencari terobosan dan merumuskan pola Penyaluran dana.
- e. Menyusun strategi sosialisasi, promosi untuk meningkatkan kemajuan produk Pembiayaan.
- f. Menjalin hubungan dengan anggota dan mitra khususnya dalam hal penanganan komplain, pengukuran kepuasan anggota serta dan sebagainya.
- g. Bertanggungjawab atas seluruh kegiatan, kinerja dan prosedur yang telah ditetapkan.⁷²

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data merupakan bagian yang mengungkapkan data dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan analisa data yang relevan. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi,

⁷² Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

wawancara dan, dokumentasi, untuk mendukung penelitian ini. Secara berurutan akan disajikan data-data hasil penelitian mengacu pada fokus masalah sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

a. *Product* (Produk)

Dalam strategi pemasaran, produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk akan menentukan kegiatan promosi yang diperlukan, serta penentuan harga dan metode distribusi. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh Bank kepada nasabah. Produk perbankan seperti produk simpanan, produk kredit/pembiayaan, dan kebaruan produk, keunggulan, manfaat produk yang ditawarkan, kekuatan nama/merek, mutu layanan yang menyertai produk, dan sebagainya.

Pembiayaan murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu. Dalam aplikasi bank syariah, bank merupakan penjual atas objek barang dan nasabah merupakan pembeli. Bank menyediakan barang yang dibutuhkan oleh nasabah dengan membeli kepada *supplier*, kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga beli yang dilakukan oleh bank syariah.

Pembayarannya dapat dilakukan dengan cara membayar sekaligus pada saat jatuh tempo atau dengan cara melakukan pembayaran angsuran selama jangka waktu yang telah disepakati.⁷³

Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa:

”Pembiayaan murabahah ini yaitu pembiayaan dimana anggota atau calon anggota mengajukan permohonan pembiayaan, misalnya mau membeli sepeda motor. Dalam pembelian tersebut menggunakan akad murabahah dengan ketentuan yang sudah ditetapkan dari BMT pusat. Misalnya, nasabah atau anggota mau membeli sepeda motor melalui BMT seharga Rp. 5.000.000 selama 12 kali angsuran. Nah disitu BMT mengambil keuntungan sebesar 1,8 – 2%. Jadi BMT membeli motor seharga Rp. 5.000.000 kemudian dijual kepada nasabah dengan harga Rp. 6.200.000 pada penerapan akadnya”.⁷⁴

Bapak Khodir selaku bagian pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa:

“Pembiayaan murabahah ini sangat membantu bagi masyarakat kecil, karena sesuai dengan kemampuan membayar angsuran mereka. Kemudian dalam pembelian sepeda motor ini memakai murabahah, karena banyaknya angsuran dari anggota atau nasabah yang tidak tepat dalam pembayarannya. Misalnya, ketentuan yang sudah disepakati angsuran dibayar pada setiap tanggal 5 per bulannya, namun ada yang masih tidak tepat seperti membayar pada tanggal 20 per bulannya. Dari kejadian itu kalau tidak pakai murabahah, maka BMT akan kesulitan dan bisa menimbulkan persepsi masyarakat bahwa BMT itu terkesan mahal”.⁷⁵

⁷³ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 138-139.

⁷⁴ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

⁷⁵ Khodir, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 7 Januari 2023.

Ibu Al Supiyatiningsih selaku bagian keuangan dan administrasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Pembiayaan murabahah tidak hanya berupa barang yang disediakan oleh BMT, melainkan juga berupa uang tunai yang disalurkan kepada nasabah atau anggota yang berada di pasar-pasar. Pembiayaan murabahah di BMT itu ada 2, yaitu murabahah jual beli dan bai’ bitsamanil ajil dan murabahah bil wakalah. Nah pada pembiayaan untuk ibu-ibu di pasar ini menggunakan murabahah bil wakalah. BMT hanya memberikan sejumlah uang yang nantinya BMT meminta untuk dibelikan barang yang dibutuhkan oleh anggota, lalu BMT menjual kembali berdasarkan wakil kepada anggota untuk dijual kepada anggota itu sendiri.”⁷⁶

Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa:

“Dalam pembiayaan di BMT tidak terdapat bunga, melainkan bagi hasil. Bagi hasil jika dibandingkan dengan Bank Konvensional seperti BRI, BNI, Mandiri, BCA, BMT pasti kalah. Tetapi jika dibandingkan dengan BPR/BPRS dan koperasi BMT masih jauh lebih murah.”⁷⁷

Bapak Khodir selaku bagian pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa:

“Produk murabahah ini bisa terbilang sangat mudah dalam proses permohonannya, karena hanya memerlukan foto copy kk, ktp suami-istri/pendamping, jaminan seperti sertifikat rumah atau BPKB dan STNK jika yang dijadikan jaminan berupa kendaraan. Kemudian dilanjutkan dengan menganalisa kelayakan pemberian pinjaman, Survei Kemauan dan Kemampuan Serta Memo Agunan (SUKKMA).”⁷⁸

⁷⁶ Al Supiyatiningsih, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 15 Januari 2023.

⁷⁷ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

⁷⁸ Khodir, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 7 Januari 2023.

Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa:

“Produk pembiayaan murabahah ini memiliki keunggulan yaitu, mudah dan bagi hasil yang jelas serta pembayaran bisa dilakukan secara angsuran bulanan, cash tempo dan atau angsuran setiap kali panen.”⁷⁹

Ibu Al Supiyatiningsih selaku bagian keuangan dan administrasi mengatakan bahwa :

“Produk pembiayaan murabahah lumayan diminati oleh kalangan masyarakat setempat, hal ini bisa dibuktikan dengan melihat jumlah data nasabah yang melakukan pembiayaan murabahah pada setiap tahunnya meningkat, namun terdapat penurunan dikarenakan adanya faktor covid-19, sehingga BMT menyetop untuk permohonan pembiayaan bagi nasabah baru.”⁸⁰

Bapak Saiful Haq selaku nasabah pembiayaan murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Pembiayaan yang saya ajukan di BMT ini sangatlah murah. Selain itu proses pencairan atau pendapatan barang lebih mudah dan cepat dibandingkan ketika saya mengajukan pinjaman pada bank lain, seperti BRI, dan sejenisnya. Jadi saya lebih memilih produk pembiayaan pada BMT Sumberasih ini”.⁸¹

Pernyataan yang serupa dikatakan oleh bapak Muhammad selaku nasabah pembiayaan Murabahah di DMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

⁷⁹ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

⁸⁰ Al Supiyatiningsih, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 15 Januari 2023.

⁸¹ Saiful Haq, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 23 Januari 2023.

“Awalnya saya hanya menabung di BMT ini. Dan pada suatu hari saya kepepet, jadi saya mengajukan pembiayaan. Kemudian disarankan oleh BMT menggunakan produk pembiayaan murabahah ini karena sesuai dengan kebutuhan saya. Alhamdulillah tidak menunggu waktu lama saya mendapatkan pembiayaan tersebut. jadi di BMT ini prosesnya sangat mudah, cepat dalam prosesnya dan juga bagi hasil yang ada pada BMT ini sangatlah murah dibandingkan dengan bank-bank lain”.⁸²

Dari hasil wawancara tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa pembiayaan murabahah adalah pembiayaan yang murah dan mudah yang dapat digunakan oleh anggota maupun calon anggota yang ingin melakukan pembiayaan di BMT. Dan pada pembiayaan murabahah yang ada di BMT ini mulai dari proses permohonan, syarat-syarat hingga mendapatkan pembiayaan yang sangat mudah dan cepat.

b. *Place* (Tempat)

Faktor penting yang menentukan pilihan BMT dan kepuasan nasabah adalah lokasi produk dan layanan yang digunakan nasabah/anggota. Oleh karena itu, manajemen pemasaran harus memperhatikan strategi penempatan/lokasi untuk memudahkan akses produk dan layanan bagi nasabah. Strategi penting bagi BMT untuk tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan adalah menerapkan sikap pendekatan dan penyesuaian diri, misal dengan menggunakan bahasa daerah yang sudah menjadi kultur di masyarakat sini. Ruang kantor penting yang mudah diakses oleh kalangan masyarakat.

⁸² Muhammad, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 23 Januari 2023.

Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa:

“Tempat atau lokasi BMT sangat menentukan bagaimana BMT tersebut dikenal oleh masyarakat luas. Faktor tersebut tentu akan mempengaruhi peningkatan jumlah anggota melalui produk yang ditawarkan oleh pihak BMT. BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo berlokasi di Jl. Raya Bromo (utara pasar Muneng) Desa Muneng Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo.”⁸³

Bapak Khodir selaku bagian pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa:

“Untuk pemilihan lokasi ini yang sangat berpengaruh bagi BMT terkait pemasaran produk pembiayaan murabahah ini. Karena pada dasarnya ketika kita melakukan kegiatan pemasaran, kita harus tau produk apa yang kita pasarkan dan kepada siapa produk tersebut di pasarkan. Karena tidak mungkin kami melakukan pemasaran ketika di rumah-rumah warga yang tidak memiliki usaha kami menawarkan produk pembiayaan murabahah ini.”⁸⁴

Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa:

“Jika dilihat dari lokasinya, di Sumberasih ini rata-rata usahanya membuat keranjang dari bambu. Dengan harga jual, jika mereka menerima uang terlebih dulu maka harga jualnya sebesar Rp. 5.000/ keranjangnya, namun jika tidak menerima uang dulu, maka dijual dengan harga Rp. 7.000/ keranjang. Nah dari situlah BMT masuk untuk menjual produk itu sendiri, karena uang sejumlah Rp. 2.000 bagi umkm sangatlah besar, ini satu item, kalau misalkan sampai ratusan sudah

⁸³ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

⁸⁴ Khodir, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 7 Januari 2023.

berapa banyak keuntungan yang didapat. Jadi disinilah gunanya memilih tempat yang tepat untuk memasarkan produk. Disinilah kami (BMT) bisa masuk produk pembiayaan itu sendiri yaitu untuk melakukan pembelian bahan seperti bambu atau yang lainnya.”⁸⁵

Ibu Al Supiyatiningsih selaku bagian keuangan dan administrasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Lokasi BMT ini sangat strategis, dimana terletak di pinggir jalan raya, bersebelahan langsung dengan perumahan warga, dan juga dekat dengan pasar yang bisa sangat mudah untuk melakukan pemasaran berbagai produk yang ada di BMT ini, jadi tidak hanya melakukan pemasaran produk pembiayaan murabahah saja, tetapi juga memasarkan produk tabungan yang ada di BMT ini.”⁸⁶

Bapak Muhammad selaku nasabah pembiayaan murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Kalau untuk lokasinya sangat strategis, sangat mudah dijangkau bagi saya. Dan juga dekat dengan warung saya, bahkan ketika saya mau melakukan angsuran, BMT menjemput di tempat saya, jadi tidak perlu ke kantor lagi buat bayar angsurannya”.⁸⁷

Bapak Saiful Haq selaku nasabah pembiayaan murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Sangat mudah dijangkau, bahkan saya berjalan kaki saja sudah sampai, karena lokasinya tepat di pinggir jalan raya dan juga dekat dengan tempat saya berjualan”.⁸⁸

⁸⁵ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

⁸⁶ Al Supiyatiningsih, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 15 Januari 2023.

⁸⁷ Muhammad, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 23 Januari 2023.

⁸⁸ Saiful Haq, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 23 Januari 2023.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa, lokasi kantor BMT ini sangatlah strategis. Yakni tepatnya di pinggir jalan raya dan juga berdekatan langsung dengan perumahan warga dan pasar. Hal ini akan mempermudah para anggota maupun calon anggota untuk melakukan transaksi langsung ke BMT. Tempat kantor BMT ini juga dekat dengan beberapa UMKM yang memungkinkan untuk memasarkan produk pembiayaan murabahah ini. Lokasi ini memudahkan oleh pihak BMT untuk mensosialisasikan dan memasarkan produknya sehingga masyarakat bisa mengetahui keberadaan BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

c. *Price* (Harga)

Harga ini berkaitan dengan ujroh atau bagi hasil yang ditetapkan, biaya dan metode pembayaran, atau faktor lain yang terkait dengan biaya yang harus dibayar anggota atau nasabah untuk mendapatkan produk atau layanan tertentu.

Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa

“Kalau secara harga dengan lembaga keuangan yang sejenis dan sepadan, kami bisa dikatakan cukup bersaing, bahkan kami bisa mengatakan lebih murah. Karena pada lembaga yang lain bisa sampai 2% lebih, apalagi di koperasi itu rata-rata diangka 2% keatas setiap bulannya. Sebenarnya kalau untuk harga disini tidak terlalu menjadi pertimbangan bagi mereka yang sudah merasa dibantu atau sudah merasa nyaman oleh BMT”⁸⁹.

⁸⁹ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

Bapak Khodir selaku bagian pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa:

“Untuk harga yang diberikan oleh pihak BMT kepada anggota maupun calon anggota yaitu sesuai dengan kebutuhan pada setiap anggota BMT. Jadi harga maupun bagi hasil hanya berkisar 1,8 – 2% saja dari harga awal dan sesuai dengan kemampuan anggota maupun calon anggota BMT”.⁹⁰

Bapak Saiful Haq selaku nasabah pembiayaan murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Murah, sebenarnya kalau untuk harga ya saya tidak terlalu memikirkan, karena saya diberikan pinjaman saja sudah bersyukur dan tidak perlu waktu lama untuk mendapatkan pinjaman itu”.⁹¹

Bapak Muhammad selaku nasabah pembiayaan murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Lebih murah dibandingkan koperasi yang lain, karena saya juga berpengalaman melakukan pinjaman pada rentenir atau dalam istilah saya “bank titil” itu harganya sangatlah jauh diatas dibandingkan BMT, jadi saya memutuskan berhenti pada “bank titil” tersebut dan beralih pada BMT ini”.⁹²

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa, strategi harga yang dilakukan oleh BMT dalam menawarkan produknya melalui harga yaitu sangatlah murah. Tidak ada strategi khusus dalam menetapkan harga, karena harga tersebut merupakan hal

⁹⁰ Khodir, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 7 januari 2023.

⁹¹ Saiful Haq, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 23 Januari 2023.

⁹² Muhammad, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 23 Januari 2023.

yang paten, tidak akan berubah dan juga sudah ditetapkan dari kantor pusat. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga masih menggunakan strategi pemasaran terpusat dan sesuai dengan para calon anggota yang memiliki usaha mikro kecil.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan cara memngkomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli produk tersebut. BMT dapat menggunakan berbagai strategi untuk memastikan bahwa anggota maupun calon anggota mengetahui dan memahami, tertarik dan memilih produk dan layanan yang ditawarkan, termasuk melalui periklanan, penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan, dan publisitas.

Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa:

“Promosi yang pertama yang paling cepat yaiu mengadakan sosialisasi, misalnya di beberapa lembaga pendidikan dan di bawah LP Ma’arif NU. Kemudian juga di sekolah-sekolah yang di bawah naungan DIKNAS, jadi tidak hanya di bawah naungan NU saja, melainkan dari naungan DIKNAS juga. Promosi juga dilakukan pada ibu-ibu perkumpulan muslimatan, fatayat, dan juga di perkumpulan masyarakat yang aktif di organisasi NU itu sendiri, jadi promosinya disitu. Kalau di medis sosial, kami promosinya melalui facebook, whatsapp, itu saja sih, kalau instagram masih belum ada”.⁹³

⁹³ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 4 Januari 2023.

Bapak Khodir selaku bagian pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa:

“Promosi yang kami lakukan untuk menarik minat calon anggota yaitu dengan promosi secara langsung dengan masyarakat dan juga melalui media sosial seperti facebook dan whatsapp. Untuk kegiatan promosi ini yang paling ampuh yaitu dengan melakukan promosi di pasar aktif. Jadi di Sumberasih ini ada pasar Muneng yang aktif pada hari kamis dan minggu. Nah, kalau hari minggu kami libur, maka kami memaksimalkannya pada hari kamis itu. Artinya kami harus tetap menjemput bola, karena kalau misal promosi produk kami hanya melalui media sosial/online, ini masih belum terlalu luas, jadi kami harus hadir pada perkumpulan masyarakat atau organisasi”.⁹⁴

Ibu Al Supiyatiningsih selaku bagian keuangan dan administrasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Promosi di BMT ini dilakukan melalui media *offline* maupun *online* dan juga dilakukan melalui brosur-brosur yang berisi semua produk yang ada di BMT ini”.⁹⁵

Bapak Saiful Haq selaku nasabah pembiayaan murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Saya mengenal BMT ini ketika petugas BMT melakukan pemasaran dengan mencari nasabah, kemudian saya ditawarkan beberapa produk yang ada di BMT. Pada awalnya saya tidak langsung menjadi nasabahnya, jadi setelah beberapa waktu saya merasa membutuhkan pinjaman, jadi saya mengajukan pinjaman di BMT”.⁹⁶

⁹⁴ Khodir, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 7 Januari 2023.

⁹⁵ Al Supiyatiningsih, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 15 Januari 2023.

⁹⁶ Saiful Haq, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 23 Januari 2023.

Bapak Muhammad selaku nasabah pembiayaan murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Dulu saya tau BMT ini ditawarkan oleh petugasnya yang keliling mencari nasabah, waktu itu saya langsung tertarik pada produk tabungan, karena pada saat ini saya belum membutuhkan pinjamannya, jadi saya memutuskan untuk menabung saja, kalau sekarang saya sudah menjadi nasabah pada prooduk pinjamannya juga”.⁹⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa, kegiatan promosi dilakukan oleh kepala cabang dan juga bagian pembiayaan untuk menarik minat calon anggota untuk menggunakan produk yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo. Promosi dilakukan dengan berbagai cara yang meliputi media *online* maupun *offline* yang dipasarkan langsung kepada masyarakat.

2. Implikasi dari strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

Adapun implikasi atau akibat dari strategi pemasaran yang diterapkan pada produk pembiayaan muarabahah di BMT tentunya mendapatkan hasil yang baik, seperti yang dikatakan oleh Kepala Cabang BMT.

Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

⁹⁷ Muhammad, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 23 Januari 2023.

“Untuk implikasi dari strategi yang diterapkan menghasilkan cukup banyak peminatnya, bahkan peminat di BMT Cabang Sumberasih ini tidak hanya dari kalangan Kec. Sumberasih saja, ada juga dari lintas kecamatan bahkan lintas kota, artinya di kota sebelah. Karena memang kami (BMT) langsung berhadapan dengan salah satu kecamatan yang di bawah naungan Pemerintah Kota Probolinggo, yaitu Kecamatan Kademangan”.⁹⁸

Bapak Khodir selaku bagian pembiayaan di BMT NU Jawa Timur

Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Lumayan banyak peminatnya, karena kegiatan pemasaran yang kami lakukan pada masyarakat itu, masyarakat juga memberikan informasi kepada orang-orang yang belum tau adanya produk pembiayaan di BMT, bahkan ada juga nasabah yang dari beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Probolinggo ini. Seperti nasabah yang ada di kecamatan Sumberasih sendiri, Wonomerto, Wonoasih, Kademangan, Tongas, Wonoasih, Leces, dan Bantaran”.⁹⁹

Ibu Al Supiyatiningsih selaku bagian keuangan dan administrasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

mengatakan bahwa :

“Semakin bertambah jumlah calon anggota baru yang ingin melakukan pembiayaan di BMT ini, karena selain mudah dan murah, lokasi BMT juga sangat strategis, mudah dijangkau dan juga proses permohonan dan persyaratan untuk melakukan pembiayaan yang sangat mudah”.¹⁰⁰

Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur

Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“sAat ini beberapa nasabah yang memiliki lokasi selain Sumberasih sudah dipindahkan ke kantor cabang yang sesuai dengan alamat rumah mereka. Seperti nasabah yang dari Bantaran sudah dikembalikan ke kantor cabang Bantaran sendiri. Jadi sebelumnya, hampir kecamatan terdekat bergabung semua, nah karena BMT sekarang di Kabupaten Probolinggo sudah ada lima,

⁹⁸ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 20 Januari 2023.

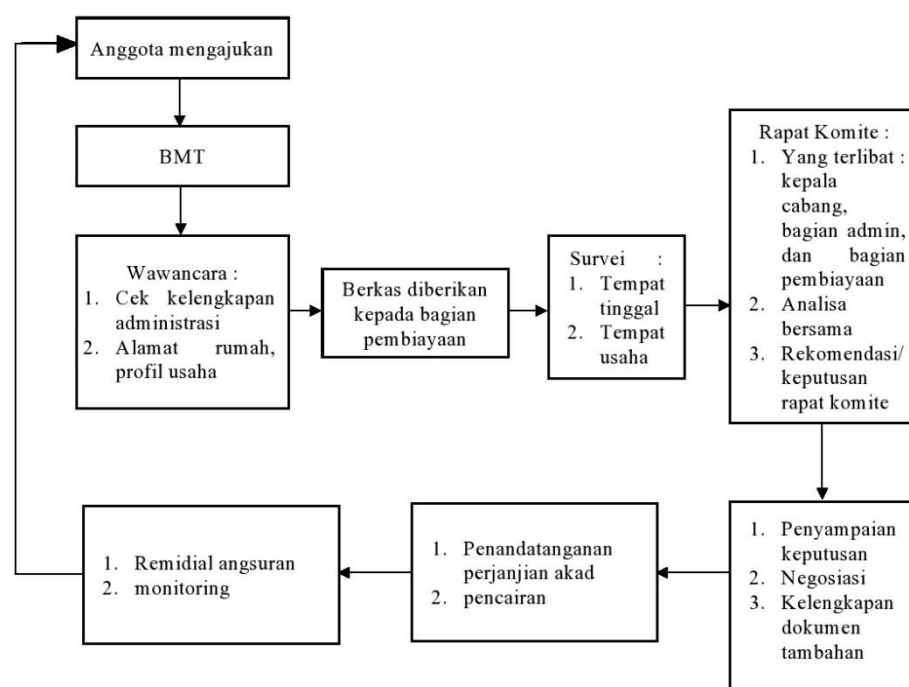
⁹⁹ Khodir, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 7 Januari 2023.

¹⁰⁰ Al Supiyatiningsih, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 15 Januari 2023.

yaitu di Leces, Bantaran, Wonoasih, Tegal Siwalan, dan Sumberasih. Maka, nasabah atau anggota kami sudah diarahkan ke kecamatan tersebut”¹⁰¹.

Adapun proses permohonan pengajuan pembiayaan pada produk murabahah ini adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1
Proses Permohonan Pembiayaan



Sumber: BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

Adapun deskripsi dari alur proses permohonan pembiayaan yang tertera pada gambar 4.2 diatas, urutannya sebagai berikut :

- a. Para setiap calon anggota datang ke BMT untuk mengajukan permohonan pembiayaan dengan membawa berkas seperti fotocopy KK, KTP suami istri, beserta jaminannya.

¹⁰¹ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 20 Januari 2023.

- b. Kemudian bagian pembiayaan melakukan wawancara kepada calon anggota seperti alamat rumah, profil usaha dan juga mengecek persyaratannya.
- c. Selanjutnya semua berkas diberikan kepada bagian pembiayaan kemudian diberikan kepada bagian administrasi.
- d. Bagian pembiayaan dan kepala cabang melakukan survei pada tempat tinggal dan tempat usaha yang dimiliki oleh calon anggota.
- e. Setelah melakukan survei, diadakan rapat komite untuk menganalisa calon anggota yang diikuti oleh kepala cabang, bagian pembiayaan, dan bagian administrasi.
- f. Bagian pembiayaan dan kepala cabang memberikan keputusan dan melengkapi dokumen tambahan yang diperlukan.
- g. Kepala cabang dan bagian pembiayaan menghubungi calon anggota yang bersangkutan untuk datang ke BMT kemudian melakukan penandatanganan perjanjian akad dan pencairan pembiayaan.
- h. Bagian pembiayaan melakukan monitoring terhadap anggota yang bersangkutan dan anggota melakukan angsuran.¹⁰²

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan strategi pemasaran di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo berhasil, sehingga mendapatkan banyak peminatnya. Bahkan tidak hanya dari masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Sumberasih saja, melainkan juga sampai ke

¹⁰² Observasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo, 26 Desember 2022.

kecamatan lain yang bersebelahan dengan Sumberasih. Selain persyaratan dan harga yang sangat mudah dan murah, juga dalam proses pengajuan permohonan bagi calon anggota/nasabah sangat mudah dan cepat, sehingga memberikan kesan tersendiri bagi masyarakat sekitar.

Namun terlepas dari hal itu terdapat manfaat dari penerapan strategi pemasaran (*marketing mix*) seperti yang dikatakan oleh Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo sebagai berikut :

“Pertimbangan yang paling banyak yaitu pada *Place* (Tempat), karena kami tidak sembarangan menawarkan produk kami. Artinya, kalau misalkan kami menawarkan pada orang yang tidak tepat atau yang kami sosialisasikan tidak cocok dengan jenis produk, justru nanti *income* atau timbal baliknya ke kami itu sedikit. Jadi, kami lebih memilih *Place*, dengan siapa, dengan tepat dimana kami akan mempromosikan produk kami, maka disitulah kami bisa membuat nyaman para calon anggota/mitra”¹⁰³.

Bapak Khodir selaku bagian Pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Hal yang sangat kami utamakan dalam pemasaran dengan bauran pemasaran *marketing mix* ini yaitu lebih ke *Place* atau tempat. Karena kalau salah tempat dalam pelaksanaan maka akan berakibat kurang baik bagi BMT. Jika diurutkan dari bauran pemasaran ini dari yang paling utama sampai terakhir, yaitu *Place, Promotion, Product, Price*. Kami meletakkan *Price* diurutan terakhir karena harga hanyalah angka bagi mereka yang sudah menikmati layanan kami. Untuk harga itu sendiri pada produk kami sudah paten dan tidak akan berubah”¹⁰⁴.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa keutamaan yang menjadi pertimbangan dari penerapan bauran pemasaran

¹⁰³ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 20 Januari 2023.

¹⁰⁴ Khodir, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 7 Januari 2023.

marketing mix adalah pada *Place* atau tempat. Karena tempat sangat berpengaruh pada peningkatan jumlah anggota baru di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

Dalam pembiayaan murabahah ini juga tidak selalu berjalan dengan tujuan. BMT dalam pelaksanaannya mendapatkan beberapa nasabah yang tidak mentaati peraturan yang ada, seperti dalam pembayaran terdapat kemacetan. Hal tersebut bisa mengakibatkan dampak buruk bagi BMT. Maka dari itu perlunya diadakan tindakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

Bapak Khodir selaku bagian pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Jika terjadi kemacetan dalam angsuran pembiayaan murabahah ini, maka kami melakukan penagihan ulang dan juga memberikan solusi kepada nasabah atau mitra yang bersangkutan, agar bisa melunasi tanggungan yang ada di BMT”.¹⁰⁵

Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mengatakan bahwa :

“Saya dengan bagian pembiayaan akan mendatangi ke rumah nasabah yang bermasalah dan memberikan jalan keluar bagaimana agar angsuran bisa dilunasi. Kalau sudah seperti ini kami tidak lagi memikirkan ujroh/bagi hasilnya lagi, yang terpenting bagi kami adalah pinjaman pokoknya saja yang bisa dikembalikan kepada BMT”.¹⁰⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa jika terjadi kemacetan dalam pembiayaan murabahah, BMT

¹⁰⁵ Khodir, Probolinggo, 7 Januari 2023.

¹⁰⁶ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 20 Januari 2023.

mendatangi langsung kepada nasabah yang bersangkutan dan memberikan jalan keluar agar nasabah bisa secepatnya melunasi angsurannya.

BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo memiliki target yang ingin dicapai pada tahun 2023 dalam produk pembiayaan murabahah dan juga produk yang lainnya. Target yang diinginkan yaitu peningkatan peran anggota dalam meningkatkan keuntungan yang berkesinambungan demi mewujudkan koperasi yang semakin tangguh dan berkah.¹⁰⁷

C. Pembahasan Temuan

Sub bab ini menjelaskan tentang beberapa uraian tentang hasil penelitian di lapangan, yang akan dipadukan dengan dengan teori-teori yang ada pada bab sebelumnya. Data-data hasil observasi, wawancara dan dokumentasi akan di analisis secara jelas oleh peneliti sehingga mendapatkan temuan-temuan yang sebenarnya dan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo.

1. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

Strategi pemasaran yang diterapkan di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mencakup aspek bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yakni :

¹⁰⁷ Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 20 Januari 2023.

a. *Product* (Produk)

Produk pembiayaan murabahah adalah produk pembiayaan jual beli, dimana BMT sebagai penjual dan anggota sebagai pembeli. Pembiayaan murabahah merupakan salah satu produk yang diminati oleh para nasabah di BMT. Hal ini terjadi karena pada pembiayaan murabahah terdapat beberapa kelebihan, seperti proses pengajuan yang mudah dan cepat. Untuk meningkatkan pada produk ini, BMT dapat secara agresif menekankan kelebihan yang ada pada produk ini kepada para calon anggota/nasabah. Salah satu kelebihan yang ada pada produk pembiayaan murabahah ini adalah harga yang sangat murah dibandingkan dengan koperasi yang lain dan juga prosesnya yang sangat cepat. Hal ini serupa dengan pernyataan yang dikatakan oleh beberapa nasabah yang menggunakan produk pembiayaan murabahah ini yaitu bapak Saiful Haq dan bapak Muhammad.

BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo tidak hanya menawarkan produk pembiayaan saja, melainkan juga menawarkan produk simpanan dan produk jasa. Pada produk pembiayaan terdapat 6 jenis yang ditawarkan kepada anggota maupun calon anggota. Kemudian pada produk simpanan atau yang biasa disebut dengan tabungan, di BMT terdapat 8 jenis tabungan. Sedangkan produk jasanya terdapat 5 jenis jasa yang ditawarkan oleh BMT kepada anggotanya.

Hal tersebut sesuai dengan yang teori dikemukakan oleh M. Nur Rianto Al Arif bahwa produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yang disediakan oleh BMT yaitu produk pembiayaan murabahah dengan jual beli seperti kendaraan bermotor, komputer atau produk lainnya yang bersifat konkret. Sedangkan produk jasa yang ada di BMT yaitu seperti layanan antar jemput tabungan dan pembiayaan.¹⁰⁸

b. *Place* (Tempat)

Tempat atau lokasi BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo sangatlah strategis, dimana terletak di pinggir jalan raya, bersebelahan dengan perumahan warga, dan juga sangat dekat dengan pasar, yaitu pasar Muneng, dimana disana banyak aktifitas yang terjadi di pasar yang membuat banyak anggota maupun calon anggota yang menggunakan jasa BMT.

Pada BMT yang menjadi faktor terpenting dalam pemasaran yakni pada strategi tempat ini, karena tempat kurang tepat untuk melakukan pemasaran produk pembiayaan murabahah, maka yang didapat oleh pihak BMT sangatlah sedikit. Tempat kegiatan promosi pada produk pembiayaan murabahah yaitu kepada warga yang memiliki usaha seperti penjual buah, warung nasi, dan usaha lainnya seperti memproduksi keranjang.

¹⁰⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2019), 15.

Secara teori menyebutkan bahwa penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat.¹⁰⁹

Jika dikaitkan antara fakta di lapangan dengan teori, dimana fakta di lapangan tempat yang dilakukan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo di lakukan pada tempat yang memiliki usaha, seperti penjual buah, warung nasi, dan warga yang memiliki usaha produksi keranjang.

c. *Price* (Harga)

Harga yang diberikan oleh BMT kepada anggota maupun calon anggota yaitu sesuai dengan kebutuhan pada setiap anggota BMT. Jadi harga ataupun bagi hasil yang diberikan tidaklah tinggi, yaitu hanya dengan 1,8-2% saja. Dalam pembiayaan murabahah BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo tidak pernah menaikkan atau menurunkan bagi hasil produk, karena bagi hasil yang ada pada setiap produk sudah ditetapkan dari pusat dan tidak bisa dirubah. Tidak ada strategi khusus dalam penetapan harga, karena sudah ditetapkan dari kantor pusat. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada harga masih menggunakan strategi terpusat.

¹⁰⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2019), 131.

Secara teori menyebutkan bahwa bauran harga ini berkaitan dengan tingkat bunga yang ditetapkan, biaya dan metode pembayaran, atau faktor lain yang terkait dengan biaya yang harus dibayar pembeli untuk mendapatkan produk atau layanan tertentu.¹¹⁰

Jika dikaitkan dengan fakta di lapangan dengan teori yaitu, dimana BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo menetapkan harga yang sesuai harga pasaran dengan lembaga pesaing yang sejenisnya, dan harga tidak bisa berubah karena sudah ketentuan dari kantor pusat.

d. *Promotion* (Promosi)

Kegiatan promosi dilakukan oleh semua pengelola BMT terutama dilakukan oleh kepala cabang dan bagian pembiayaan untuk menarik minat nasabah dan menggunakan produk pembiayaan murabahah, kegiatan promosi ini dilakukan secara *offline* maupun *online*. Kegiatan secara *offline* yaitu dengan menyebarkan brosur, mengadakan sosialisasi ke beberapa lembaga pendidikan yang dibawah naungan LP Ma'arif NU maupun Dinas Pendidikan, sosialisasi kepada perkumpulan ibu-ibu muslimatan dan fatayat yang aktif pada organisasi NU itu sendiri. Sedangkan secara *online* yaitu dengan cara mempromosikan produk melalui *facebook* dan *whatsapp*.

Dalam mempromosikan produk pembiayaan murabahah, pengelola BMT juga mendatangi ke rumah-rumah yang memiliki

¹¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008) 24.

usaha, karena dengan begitu akan sangat cepat dalam mendapatkan anggota.

Secara teori menyebutkan bahwa kegiatan promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal *selling*, promosi penjualan, dan publisitas. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.¹¹¹

Jika dikaitkan antara fakta di lapangan dengan teori, dimana fakta di lapangan melakukan promosi dengan media *online* seperti *facebook* dan *whatsapp*. Sedangkan pada promosi secara *offline* yaitu dengan cara menyebarkan brosur BMT, mengadakan sosialisasi ke berbagai lembaga pendidikan dan perkumpulan masyarakat muslimatan dan fatayat yang di bawah naungan organisasi NU, serta melakukan promosi dengan mendatangi para warga yang memiliki usaha seperti produksi keranjang, penjual buah, warung nasi dan lainnya yang sejenis.

Dari beberapa kegiatan pemasaran dengan *marketing mix* diatas terdapat satu strategi yang menjadi pertimbangan bagi BMT yaitu

¹¹¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2019), 15-16.

pada pemasaran tempat. Karena BMT tidak sembarangan dalam memasarkan produk murabahah ini, jika terjadi kesalahan dalam kegiatan promosi tempat dan orang yang tidak tepat, maka *income* atau timbal baliknya pada BMT akan sedikit.

2. Implikasi dari Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti implikasi atau akibat dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo berdasarkan wawancara dengan pengelola BMT bahwa :

Dari strategi yang terapkan mendapatkan hal positif, seperti semakin bertambahnya peminat terhadap produk pembiayaan murabahah dan juga semua produk yang ada di BMT. Anggota atau nasabah yang ada di BMT Sumberasih ini tidak hanya dari kecamatan Sumberasih saja, melainkan juga dari berbagai kecamatan yang berdekatan, bahkan juga terdapat pada salah satu kecamatan yang di bawah naungan pemerintah kota Probolinggo, karena lokasi BMT ini bersebelahan dengan Kecamatan Kademangan yang di bawah naungan Pemerintah Kota Probolinggo. Beberapa kecamatan yang warganya bergabung pada BMT ini diantaranya Wonorejo, Kademangan, Tongas, Leces, Wonoasih, dan Bantaran. Peningkatan jumlah nasabah pembiayaan murabahah dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Data Jumlah Anggota Pembiayaan Murabahah dari Tahun 2016-2022
Di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

Tahun	Jumlah
2016	27
2017	56
2018	93
2019	173
2020	266
2021	225
2022	11

Sumber: BMT NU Jawa Timur cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa, nasabah pada pembiayaan yang menggunakan produk murabahah setiap tahunnya meningkat. Dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 nasabah baru yang melakukan transaksi di BMT terus meningkat dengan jumlah yang lumayan tinggi. Namun demikian, pada tahun 2021 sampai dengan tahun 2022 nasabah atau mitra yang bergabung mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan adanya faktor covid-19 yang menyebabkan rata-rata dari masyarakat yang memiliki usaha mengalami penurunan pada penjualan produknya.

Dalam pelaksanaan strategi pemasaran, bertambahnya peminat tidak hanya menggunakan produk pembiayaan saja, melainkan pada produk tabungan dan jasa juga semakin banyak. Hal ini dapat dilihat dari jumlah nasabah BMT pada setiap tahunnya yang semakin meningkat.

Tabel 4.3
Data Jumlah Nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih
Kabupaten Probolinggo Tahun 2016-2022

Tahun	Jumlah
2016	131
2017	354
2018	509
2019	1170
2020	1650
2021	2049
2022	2066

Sumber : Wawancara dengan Ibu Al Supiyatiningsih bagian keuangan dan administrasi.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah atau anggota yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo setiap tahunnya meningkat. Hal ini dikarenakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT terlaksana secara efektif dan efisien.

Disamping itu, dari penerapan *marketing mix* yang dilakukan terdapat manfaat yang yang didapatkan oleh BMT. Salah satunya yaitu pertimbangan dalam melakukan pemasaran yang tepat, sehingga produk pembiayaan murabahah tepat kepada orang yang benar-benar membutuhkan pembiayaan dengan akad murabahah tersebut. Hal yang menjadi pertimbangan yang sangat penting yaitu pada strategi tempat, karena jika terjadi kesalahan dalam pemasarannya maka akan berdampak kurang baik bagi BMT seperti *income* yang didapatkan sedikit. BMT berpegang teguh pada strategi tempat karena dengan begitu akan

meminimalisir kejadian-kejadian yang tidak diinginkan seperti salah sasaran. Jadi keutamaan di BMT jika diurutkan yaitu *Place, Promotion, Produk, Price*.

Dalam pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT, tidak akan selalu berjalan sesuai dengan harapan kedepannya. Namun ketika sudah diberikan pembiayaan oleh BMT, masih saja terdapat anggota/nasabah yang melanggar atau tidak mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh BMT, seperti macet dalam pembayaran angsuran. Jika terjadi kemacetan dalam angsuran yang dilakukan oleh beberapa anggota, maka BMT akan melakukan penagihan ulang dengan cara mendatangi nasabah yang bersangkutan dan memberikan solusi agar angsuran tersebut dapat dilunasi secepatnya. Jika terjadi seperti ini, pihak BMT sudah tidak lagi memikirkan bagi hasilnya, tetapi hanya fokus pada pinjaman pokok agar bisa segera dilunasi.

BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo melakukan evaluasi jika terjadi kemacetan dalam angsuran pembiayaan nasabah. Evaluasi yang dilakukan yaitu menenkankan kepada penyaluran pembiayaan sudah diberikan kepada orang yang tepat atau belum sesuai dengan pembiayaan menggunakan akad murabahah. Karena dengan menyalurkan kepada orang yang tepat, akan meminimalisir terjadinya kemacetan dalam angsuran pembiayaan pada setiap anggotanya. BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo memiliki target yang ingin dicapai pada tahun 2023 dalam produk pembiayaan murabahah

dan juga produk yang lainnya. Target yang diinginkan yaitu peningkatan peran anggota dalam meningkatkan keuntungan yang berkesinambungan demi mewujudkan koperasi yang semakin tangguh dan berkah.¹¹²



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹¹² Fathur Rosi, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 20 Januari 2023.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo adalah dilakukan dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P, yaitu produk (*product*), tempat (*place*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*). Dimana :
 - a. *Product*, dalam hal ini, produk pembiayaan murabahah yang ditawarkan oleh BMT yaitu murabahah jual beli dan *bai' bitsamanil ajil* dan *murabahah bil wakalah*.
 - b. *Place*, BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo, dekat dengan perumahan warga dan pasar Muneng serta tepat berada di pinggir jalan raya, sehingga memudahkan para anggota maupun calon anggota untuk melakukan transaksi.
 - c. *Price*, harga yang diberikan oleh pihak BMT sudah ditetapkan oleh kantor pusat.
 - d. *Promotion*, strategi promosi yang dilakukan oleh BMT yaitu dengan menggunakan media *offline* maupun *online* dengan mempromosikan pada aplikasi *facebook* dan *whatsapp*.
2. Implikasi dari strategi pemasaran yang diterapkan di BMT yaitu semakin bertambahnya calon anggota untuk melakukan transaksi di BMT NU Jawa

Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo. Bahkan tidak hanya di wilayah kecamatan Sumberasih, melainkan terdapat anggota yang berlokasi di berbagai kecamatan, seperti Wonomerto, Kademangan, Tongas, Leces, Bantaran, dan Wonoasih. Namun terdapat juga kemacetan angsuran yang dilakukan oleh nasabah/anggota, sehingga petugas BMT akan melakukan penagihan ulang dan memberikan solusi bagi anggota agar segera melunasi angsurannya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo” ada beberapa saran yang ingin disampaikan peneliti:

1. Untuk pihak BMT adalah agar lebih meningkatkan strategi pemasaran pemasaran agar dapat menarik minat nasabah. Pada kegiatan pemasaran secara *online* dikembangkan lagi dengan melakukan promosi pada instagram dan website juga.
2. Kepada para akademis, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan kajian lebih mendalam dan memperpanjang waktu penelitian dengan metodologi yang lebih komprehensif agar dapat memberikan dampak yang positif dan luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjarsari, Sella. “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Usaha Mikro (Studi Kasus Pada BPRS Metro Madani Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan)”. Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019.
- Amstrong, Phillip Kotler dan Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi XII. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Antonio, Muhammad Syafii. *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*. Jakarta : Gema Insani, 2001.
- Arif, M. Nur Rianto Al. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Arif, M. Nur Rianto Al. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: ALFABETA, 2019.
- Arifin, Veithzal Rivai dan Arviyan. *Islamic Banking*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Wali Pers, 2014.
- Brosur BMT NU Jawa Timur.
- Dhammesta, Basu Swasta. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE, 2000.
- Dharmawati, Made. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016.
- Dokumentasi. Probolinggo. 4 Januari 2023.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013.
- Hamdani, Rambat Lupiyoadi dan A. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Cet.2*. Jakarta : Salemba Empat. 2006.
- Haq, Saiful. diwawancara oleh Penulis. Probolinggo. 23 Januari 2023.
- Irawan, Yusup Andi. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Pada BMT Bangun Derajat Sejahtera Tulang Bawang)”. Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019.

- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2011.
- Karim, Adiwarmanto A. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2004.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Kemenag RI, *Al Qur'an dan Terjemahan*, 04 : 29.
- Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Khodir. diwawancara oleh Penulis. Probolinggo. 7 Januari 2023.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008.
- Kotler dan Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke-8. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Martini, Dwi. “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada BRI Syariah KCP Ngawi”. Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021.
- Masyudi. *Sejarah dan Kilas Balik BMT NU dari BMT NU Gapura sampai BMT NU Jawa Timur*. Sumenep: MWC NU NU Gapura Sumenep.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008.
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2015.
- Muhammad. *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan Dan Ancaman*. Yogyakarta: Ekonisia, 2006.
- Muhammad. diwawancara oleh Penulis. Probolinggo. 23 Januari 2023.
- N.A, Siswadi dan Iva Muslikhah. “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Sunan Drajat Jawa Timur Cabang Tunggul Paciran Lamongan Jawa Timur”. *Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*. Vol. 17 No. 1 (April, 2022): 1-10.

- Nurhatika, Inesti. “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada KJKS BMT Al-Makmur Cubadak”. Skripsi, IAIN Batusangkar, 2019.
- Observasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo, 26 Desember 2022
- Penyusun, Tim. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember, 2019.
- Rachmat. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Rahman, Hayati Selvia dan Holilur. “Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Murabahah Pada BMT NU Cabang Pragaan Dalam Meningkatkan Profitabilitas”. *Jurnal Eksyar (Ekonomi Syariah)*. Vol. 8 No. 1 (Juni, 2021): 124-147.
- Ritonga, Sri Lestari. “Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua”. Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2022.
- Rokan, Khasanah Mustika Syahputri dan Mustapa Kamal. “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Menghadapi Persaingan Antar Bank Syariah Pada Bank SUMUT KCP Syariah Stabat”. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*. Vol. 2 No. 3 (Mei, 2022).
- Rosi, Fathur. diwawancara oleh Penulis. Probolinggo. 4 Januari 2023.
- Rosmiati, Emmi. “Strategi Pemasaran Produk Murabahah Dalam Meningkatkan Kualitas Pembiayaan Pada BNI Syariah Cabang Pembantu Belopa”. Skripsi, IAIN PALOPO, 2019.
- Shelawati, Lenny. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al Fattah Juwana”. Skripsi, IAIN Kudus, 2020.
- Sjahdeini, Sutan Remy. *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah, Edisi Kedua*. Jakarta: Jakarta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta, 2014.
- Supiyatiningsih, Al. diwawancara oleh Penulis. Probolinggo. 15 Januari 2023.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2008.

Uchayan, Onong. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Edisi Revisi, Cet. Ke-5. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1990.

Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Utomo, Khotibul Umam dan Setawan Budi. *Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2017.

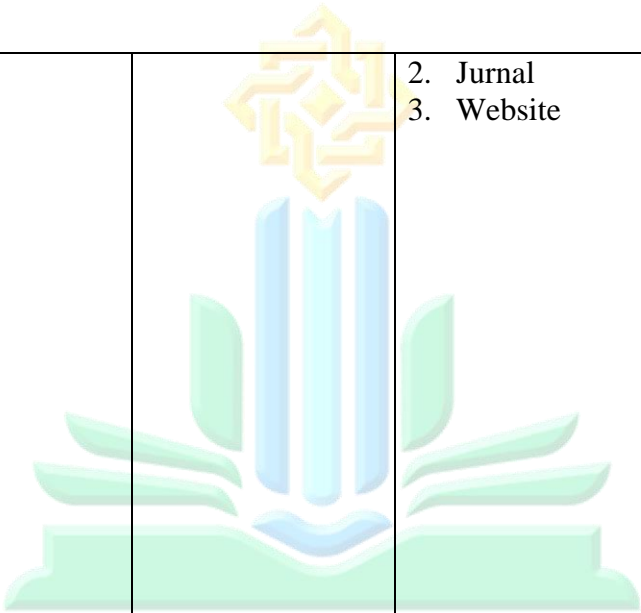
www.bmtnujatim.com. diakses pada tanggal 10 Januari 2023.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

A. Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada BMT NU Jawa Timur Sumberasih Kabupaten Probolinggo	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah	<ol style="list-style-type: none"> Strategi Pemasaran Pembiayaan Muirabahah 	<p>Bauran Pemasaran (marketing mix) 4P :</p> <ol style="list-style-type: none"> Produk (<i>Product</i>) Tempat (<i>Place</i>) Harga (<i>Price</i>) Promosi (<i>Promotion</i>) <ol style="list-style-type: none"> Tujuan Pembiayaan Akad Pembiayaan Fungsi Pembiayaan 	<p>Data primer yang di wawancarara:</p> <ol style="list-style-type: none"> Fathur Rosi (Kepala Cabang) Khodir (Bagian Pembiayaan) Al Supiyatiningsih (Bagian Keuangan dan Administrasi) Saiful Haq (Nasabah Pembiayaan Murabahah) Muhammad (Nasabah Pembiayaan Murabahah) <p>Data sekunder :</p> <ol style="list-style-type: none"> Buku 	<ol style="list-style-type: none"> Pendekatan Deskriptif Kualitatif dengan Jenis Penelitian Lapangan (field research) Lokasi Penelitian BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo Subjek Penelitian menggunakan purposive Teknik Pengumpul 	<ol style="list-style-type: none"> Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo Bagaimana implikasi dari strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih

			 <p>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER</p>	2. Jurnal 3. Website	an Data Observasi Wawancara Dokumenta si 5. Analisis Data Pengumpula n data Reduksi data Penyajian data Kesimpulan 6. Keabsahan Data Triangulasi Sumber 7. Tahap- Tahap Penelitian Tahap pra lapangan Tahap pelaksanaan penelitian Tahap analisis data	Kabupaten Probolinggo
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------

B. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rina
NIM : E20191008
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bmt Nu Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo**” tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan ada nada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 2 Maret 2023
Saya yang menyatakan



Rina
NIM. E20191008

C. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA PEGAWAI

1. Bagaimana sejarah berdirinya BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo ?
2. Produk-produk apa saja yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo ?
3. Apa saja syarat-syarat dalam pengajuan pembiayaan Murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo ?
4. Bagaimana prosedur pemberian pembiayaan Murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo ?
5. Apa saja keunggulan dari pembiayaan Murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo ?
6. Strategi apa yang telah dilakukan dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P yaitu *Product, Price, Place, Promotion* pada produk pembiayaan murabahah ?
7. Bagaimana implikasi atau akibat yang diperoleh dari strategi yang telah digunakan selama ini ?
8. Apakah mengalami peningkatan atau bahkan penurunan nasabah setelah dilakukan proses strategi pemasaran *marketing mix* pada produk pembiayaan murabahah ?
9. Berapa jumlah data nasabah pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo periode tahun 2020 s/d 2022.?
10. Berapa jumlah data nasabah dalam produk pembiayaan murabahah periode tahun 2020 s/d 2022 dan berapa jumlah rata-rata pembiayaan murabahah.?
11. Target apa yang ingin dicapai ditahun 2023 dalam produk pembiayaan murabahah ini?
12. Evaluasi apa yang dilakukan untuk produk pembiayaan murabahah ?

PEDOMAN WAWANCARA NASABAH/ANGGOTA

1. Kapan mulai bergabung menjadi anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo ?
2. Bagaimana anda mengenal BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo sehingga tertarik untuk bergabung ?
3. Kenapa memilih produk murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo?
4. Bagaimana pendapat anda mengenai strategi pemasaran yang digunakan pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo dalam memberikan pelayanan kepada anggota ?
5. Bagaimana pendapat anda mengenai pembiayaan murabahah yang diberikan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo?
6. Saran untuk BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo?
7. Apakah lokasi BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo mudah dijangkau ?
8. Bagaimana dengan proses pendapatan barang apakah lebih mudah dan cepat dalam pelayanannya?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

E. Surat Keterangan Selesai Penelitian



Alamat Kantor :
Jalan Raya Bromo (Utara
Pasar Muneng) Desa Muneng
Kec. Sumberasih Kab. Probolinggo Kode Pos 67251
HP. 0823 2299 2552 - Telp./Fax. : 0328 661654
Website : www.bmtgapura.com
e-mail : bmtnu_sumberasih23@yahoo.co.id

Nomor : 2404/C-23/27/KSPPS/BMTNU/III/2023
Lamp. : -
Prihal : Surat Keterangan

Sumberasih, 01 Maret 2023

Kepada yang terhormat:
Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Jl. Mataram No.1 Mangli Jember

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Salam sejahtera kami sampaikan, semoga kita sekalian tetap berada dibawah lindungan Allah Azza wa jalla sehingga diberi kemampuan dalam perjuangan ekonomi syariah.

Perihal pada pokok surat tersebut diatas, dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ atas nama sebagai berikut:

Nama : Rina
NIM : E20191008

Telah melaksanakan penelitian dengan baik dalam hal " Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo" pada tanggal 26 Desember 2022 s/d 23 Januari 2023 di kantor cabang kami.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Probolinggo, 01 Maret 2023
Kepala BMT NU Cabang Sumberasih

Fatmahanik
NID: 2404.011018.0380

F. Jurnal Kegiatan Penelitian

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Judul : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo

No.	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1.	8 Maret 2022	Observasi awal	
2.	26 Desember 2022	Mengantarkan permohonan surat izin penelitian dan observasi	
3.	27 Desember 2022	Pemberitahuan izin penelitian di BMT oleh Kepala Cabang	
4.	4 Januari 2023	Wawancara dengan kepala cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo	
5.	7 Januari 2023	Wawancara dengan bagian pembiayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo dan observasi	
6.	15 Januari 2023	Wawancara dengan bagian keuangan dan administrasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo	
7.	20 Januari 2023	Wawancara dengan kepala cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo	
8.	23 Januari 2023	Wawancara dengan nasabah pembiayaan murabahah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo	
9.	1 Maret 2023	Meminta surat keterangan selesai penelitian	

Mengakhiri, 01 Maret 2023

Kepala Cabang



G. Dokumentasi Penelitian

1. Kantor BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo



2. Wawancara dengan Bapak Fathur Rosi selaku Kepala Cabang



3. Wawancara dengan Bapak Khodir selaku Bagian Pembiayaan



4. Wawancara dengan Ibu Al Supiyatiningsih selaku Bagian Keuangan dan Administrasi



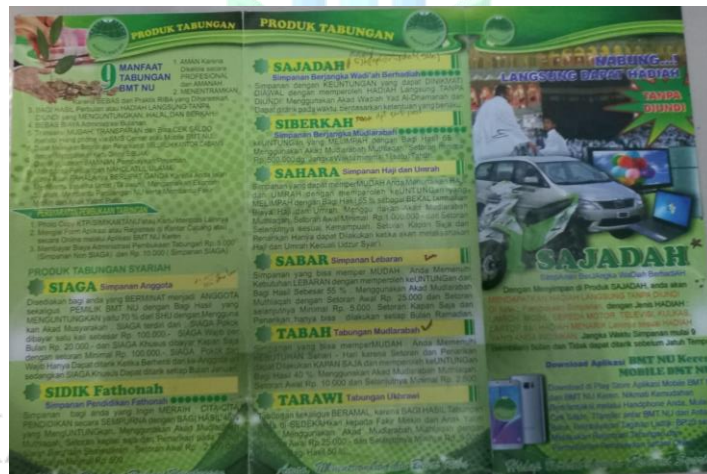
5. Wawancara dengan Bapak Saiful Haq selaku nasabah pembiayaan murabahah di BMT



6. Wawancara dengan Bapak Muhammad selaku nasabah pembiayaan murabahah di BMT



7. Brosur BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasih Kabupaten Probolinggo



KI JEMBER Q

H. Surat Keterangan Screening Turnitin



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: fehi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-07.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/03/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Rina
NIM : E20191008
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah
Pada BMT NU Jawa Timur Cabang Sumberasin
Kabupaten Probolinggo

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 03 Maret 2023

An. Dekan
Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



J. Biodata Penulis

BIODATA PENULIS



A. DATA PRIBADI

Nama : Rina
NIM : E20191008
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 11 November 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Dusun Nangger, RT 015 Rw 005, Desa
Wringinanom, Kec. Kuripan, Kab.
Probolinggo
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan
Syariah
Nomor HP : 085203876207
Email : rinaadinda111101@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

SDN Wringinanom 1 Kuripan Probolinggo (2007-2013)
SMPN 2 Kuripan Probolinggo (2013-2016)
MAN 1 Kota Probolinggo (2016-2019)
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2019-2023)