

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN  
*MURĀBAHAH* BAGI PETANI DESA CENTINI DI KSPPS  
BMT MANDIRI SEJAHTERA CABANG BABAT LAMONGAN

SKRIPSI

Oleh :

M. Ari Fantana

NIM. G74215075



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SURABAYA

2019

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : M. Ari Fantana

NIM : G74215075

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murābahah* Bagi  
Petani Desa Centini Di Kspps BMT Mandiri Sejahtera  
Cabang Babat Lamongan

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 10 Juli 2019

Saya yang menyatakan

The image shows a yellow revenue stamp (Meterai Tempel) with the text "METERAI TEMPEL" at the top, a serial number "14881AFF737098251", and the value "6000 ENAM RIBURUPIAH" at the bottom. A signature is written over the stamp.

Ari Fantana

NIM. G74215075

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh M. Ari Fantana NIM. G74215075 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 10 Juli 2019  
Pembimbing,



Dra. Nurhayati, M.Ag  
NIP. 196806271992032001

## PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh M. Ari Fantana NIM. G74215075 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari selasa, tanggal 23 Juli 2019, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ekonomi Syariah.

### Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I,

Dra. Nurhayati, M.Ag  
NIP. 196806271992032001

Penguji II,

Dr. Mustofa, S.Ag, M.E.I  
NIP. 197710302008011007

Penguji III,

Lilik Rahmawati, M.EI  
NIP. 198106062009012008

Penguji IV,

Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si  
NIP. 198209052015031002

Surabaya, 30 Juli 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Dekan,



Dr. H. Ali Ali Arifin, MM  
NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : M. Ari Fantana  
NIM : G74215075  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail address : Ari.fantana74@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MURABAHAH BAGI PETANI

DESA CENTINI DI KSPPS BMT MANDIRI SEJAHTERA CABANG BABAT

LAMONGAN

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Agustus 2019

Penulis

  
( M. Ari Fantana )  
nama terang dan tanda tangan



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murābahah* bagi Petani Desa Centini Di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan**”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana Strata-1 Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. Penyusun skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Masdar Hilmy, S.Ag., MA, Ph.D, selaku Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya
2. Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya
3. Dr. Siti Musfiqoh, M.EI, selaku Kepala Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya
4. Achmad Room Fitrianto, S.E., M.E.I selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya
5. Dra. Nurhayati, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu meluangkan waktu, pemikiran, serta telah memberikan masukan dan

saran dalam penulisan skripsi yang penulis rasakan sebagai pekerjaan yang tidak ringan, , dan semoga Allah SWT selalu melindunginya serta diberi kesehatan selalu baginya

6. Kedua orang tua saya Bapak Samsul Hadi dan Ibu Sumiyati yang sangat saya sayangi yang selalu mendoakan penulis untuk dimudahkan segala urusan masa depannya, dan semoga Allah SWT selalu melindunginya serta diberi kesehatan bagi kedua orang tua saya
7. Kakak saya Rudi Hartono dan Mbak saya Nita Maria yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis
8. Serta KH. Moch Imam Chambali dan Ibu Nyai Hj. Luluk Chumaidah yang sudah menjadi kedua orang tuaku selama di Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad Surabaya yang sudah mendoakan dan membimbing saya untuk dimudahkan segala urusan masa depannya , dan semoga Allah SWT selalu melindunginya serta diberi kesehatan sebagaimana kedua orang tua saya
9. Hakim dann Bagus yang sudah menemani dan mennsupport saya dalam menyelesaikan skripsi saya
10. Sholihatul Fitri yang sudah membantu dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini







H. Metode Penelitian .....	18
1. Data yang dikumpulkan .....	18
2. Sumber Data .....	18
3. Teknik Pengumpulan Data .....	19
4. Teknik Pengolahan Data .....	21
5. Teknik Analisis Data .....	22
6. Teknik Validasi Data .....	22
I. Sistematika Pembahasan .....	24
<b>BAB II PEMBIAYAAN <i>MURĀBAHAH</i> DAN STRATEGI PEMASARAN .....</b>	<b>27</b>
A. Pembiayaan <i>murābahah</i> .....	27
1. Pengertian pembiayaan <i>murābahah</i> .....	27
2. Dasar Hukum pembiayaan <i>murābahah</i> .....	32
a. Al-Qur'an .....	32
b. Hadis .....	35
3. Rukun dan Syarat pembiayaan <i>murābahah</i> .....	36
4. Manfaat Pembiayaan Berdasarkan pembiayaan <i>murābahah</i> .....	38
5. Proses pengajuan pembiayaan <i>murābahah</i> .....	39

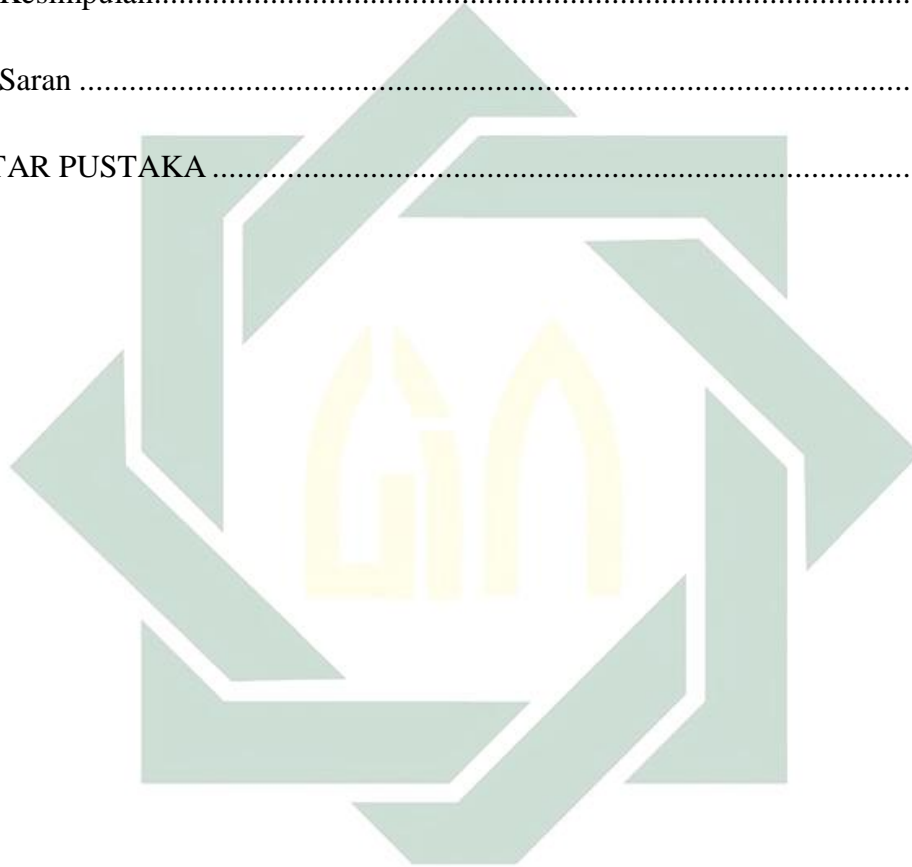
B. Strategi pemasaran.....	40
1. Pengertian strategi pemasaran.....	40
2. Tujuan pemasaran.....	42
3. Konsep pemasaran.....	43
4. Implementasi strategi pemasaran.....	50
5. Pengendalian implementasi strategi pemasaran.....	52

**BAB III IMPLEMENTASI DAN STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN  
MURĀBAHAH DI BMT MANDIRI SEJAHTERA CABANG BABAT  
LAMONGAN.....54**

<b>A. Gambaran Umum KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.....</b>	<b>54</b>
1. Profil Perusahaan BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.....	54
2. Visi, Misi dan Nilai – Nilai BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.....	56
3. Struktur Organisasi BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.....	56
4. Produk – produk BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.....	57
<b>B. Implementasi Pembiayaan <i>Murābahah</i> di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.....</b>	<b>61</b>
1. Prosedur pengajuan pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.....	61

2. Implementasi pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan .....	64
<b>C. Strategi Pemasaran Pembiayaan <i>Murābahah</i> bagi Petani Desa Centini Di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.....</b>	<b>67</b>
1. Strategi Pemasaran BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan .....	67
2. Praktik Strategi pemasaran pembiayaan <i>murābahah</i> bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.....	70
<b>BAB IV ANALISIS IMPLEMENTASI DAN STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN <i>MURĀBAHAH</i> BAGI PETANI DESA CENTINI DI KSPPS BMT MANDIRI SEJAHTERA CABANG BABAT LAMONGAN.....</b>	<b>76</b>
<b>A. Analisis Implementasi Pembiayaan <i>Murābahah</i> di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan .....</b>	<b>76</b>
1. Prosedur pengajuan pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan .....	76
2. implementasi pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan .....	78
<b>B. Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan <i>Murābahah</i> bagi Petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan .....</b>	<b>80</b>
1. Strategi pemasaran BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur cabang Babat Lamongan .....	80
2. Praktik Strategi pemasaran pembiayaan <i>murābahah</i> bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur cabang Babat Lamongan .....	85

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	91

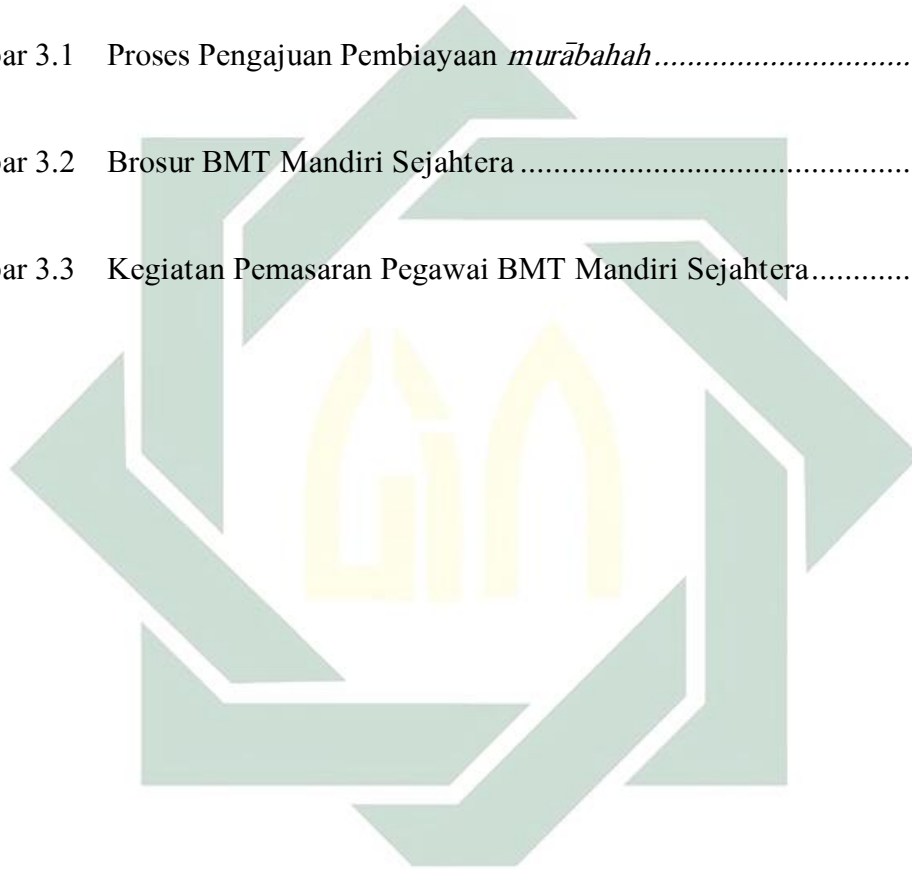


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah nasabah pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT Mandiri Sejahtera .....	6
Tabel 1.2	Peneliti terdahulu .....	10
Tabel 3.1	Pembelian barang menggunakan jenis pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT Mandiri Sejahtera .....	62
Tabel 3.2	Pengajuan pembiayaan <i>murābahah</i> nasabah petani Desa Centini kepada BMT Mandiri Sejahtera.....	63
Tabel 3.3	Jumlah nasabah petani Desa Centini pembiayaan <i>murābahah</i> tahun 2016-2018 .....	69
Tabel 3.4	Sumber informasi nasabah petani Desa Centini mengenai BMTMandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur cabang Babat Lamongan.....	70
Tabel 3.5	Alasan nasabah petani Desa Centini melakukan pembiayaan <i>murābahah</i> BMT Mandiri Sejahtera .....	71
Tabel 3.6	Manfaat pembiayaan <i>murābahah</i> bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur cabang Babat Lamongan.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Mekanisme Pembiayaan <i>murābahah</i> .....	35
Gambar 3.1	Proses Pengajuan Pembiayaan <i>murābahah</i> .....	60
Gambar 3.2	Brosur BMT Mandiri Sejahtera .....	65
Gambar 3.3	Kegiatan Pemasaran Pegawai BMT Mandiri Sejahtera.....	66









## 2. Vokal Rangkap (diftong)

Tanda dan Huruf Arab	Nama	Indonesia	Ket.
يَـ	<i>fathah</i> dan <i>ya'</i>	<i>Ay</i>	a dan y
وَـ	<i>fathah</i> dan <i>wawu</i>	<i>Aw</i>	a dan w

Contoh : *bayna* ( بين )

: *mawḍū'* ( مَوْضُوع )

## 3. Vokal Panjang (mad)

Tanda dan Huruf Arab	Nama	Indonesia	Keterangan
آ	<i>fathah</i> dan <i>alif</i>	<i>ā</i>	a dan garis di atas
يَـ	<i>kasrah</i> dan <i>ya'</i>	<i>ī</i>	i dan garis di atas
وَـ	<i>ḍammah</i> dan <i>wawu</i>	<i>ū</i>	u dan garis di atas

Contoh : *al-jamā'ah* ( الجماعة )

: *takhyīr* ( تَخْيِير )

: *yadūru* ( يَدُور )

### C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua :

1. Jika hidup (menjadi *muḍāf*) transliterasinya adalah *t*.
2. Jika mati atau sukun, transliterasinya adalah *h*.

Contoh : *sharī'at al-Islām* (م شريعة الاسلام)

: *sharī'ah islāmīyah* (شريعة إسلامية)

### D. Penulisan Huruf Kapital

Penulisan huruf besar dan kecil pada kata, *phrase* (ungkapan) atau kalimat yang ditulis dengan transliterasi Arab-Indonesia mengikuti ketentuan penulisan yang berlaku dalam tulisan. Huruf awal (*initial letter*) untuk nama diri, tempat, judul buku, lembaga dan yang lain ditulis dengan huruf besar.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama terbesar ke dua yang ada di dunia, dengan jumlah pemeluk mayoritas muslim yang sangat banyak. Sehingga perkembangan yang cukup signifikan ini juga diimbangi dengan semakin meningkatnya ilmu pengetahuan yang ada menurut lembaga penelitian Pew Research Center. Perkembangan ilmu pengetahuan di kalangan umat islam juga menjadi salah satu pemicu semakin pesatnya perkembangan perekonomian di kalangan mereka. Banyak cendekiawan-cendekiawan islam yang terkenal dengan karya dan pemikirannya. Pola berfikir yang semakin maju, serta teknologi informasi yang semakin meningkat membuat kita sebagai umat islam menjadi lebih mudah dalam mengembangkannya, terutama dalam dunia bisnis dan perekonomian. Perkembangan ini salah satunya ditandai dengan munculnya perbankan-perbankan syariah dan juga lembaga-lembaga keuangan syariah yang ada di dunia khususnya di Indonesia .

Sebagian besar lembaga keuangan yang beroperasi di Indonesia ini merupakan lembaga keuangan yang berbasis konvensional yang mana lembaga tersebut mempraktekan bunga pada semua produk yang ditawarkan oleh pihak lembaga tersebut. Pada tahun 1992 berdirinya lembaga keuangan yang berbasis

syariah yang melarang dengan menggunakan praktik bunga pada setiap operasional lembaga keuangan syariah tersebut ialah Bank Muamalat Indonesia atau disingkat dengan (BMI) yang didirikan oleh MUI.<sup>1</sup> Pendirian lembaga keuangan syariah ini merupakan salah satu lembaga untuk dijadikan tempat untuk mengoperasikan produk–produk yang ditawarkan dengan tidak adanya bunga, karena bunga mengandung unsur riba yang dilarang oleh Islam, sehingga MUI bisa membuat lembaga keuangan syariah lainnya agar orang–orang tidak terlibat dalam bunga (riba). Lembaga keuangan syariah yang dibuat MUI lainnya yakni Baitul Mal Wat Tamwil yang disingkat (BMT).

BMT adalah lembaga keuangan syariah yang beroperasi dengan menggunakan konsep gabungan antara Baitul Mal dan Baitul Tamwil yang di mana sasaran dari BMT tersebut adalah para usaha–usaha kecil karena konsep dari Baitul Mal berarti BMT yang berperan sebagai lembaga sosial keagamaan yang mempunyai fungsi untuk menerima dana zakat, sedekah, infaq dan waqaf dan juga menyalurkan dana kepada yang berhak mendapatkan dana tersebut, sedangkan untuk konsep Tamwil, BMT sebagai peranan lembaga bisnis atau lembaga keuangan yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan seperti menawarkan produk–produk pembiayaan kepada masyarakat. Namun BMT lebih condong dalam berperan sebagai lembaga keuangan yang

---

<sup>1</sup> Zulkifli Rusby, Zulfadli Hamzah, Hamzah, ” *Analisa Permasalahan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) melalui Pendekatan Analytical Network Process (ANP)*”, (Jurnal Al-Hikmah Vol.13, No. 1, April 2016 ISSN 1412-5382, Universitas Islam Riau,19

menawarkan produk–produk pembiayaan kepada masyarakat yang sesuai dengan prinsip – prinsip syariah.<sup>2</sup>

Seiring dengan berkembangnya zaman serta kemajuan dari sektor lembaga keuangan syariah yang semakin meningkat yang tidak kalah dari sektor perbankan syariah, lembaga keuangan syariah ini menuntut para pihak internal lembaga keuangan syariah untuk memaksimalkan peningkatan mutu dan layanan serta strategi pemasaran yang digunakan sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan maka untuk mengembangkan kualitas yang sesuai dengan target pasar pihak lembaga keuangan syariah ini adanya produk penyaluran dana yang ditawarkan. Dengan adanya hal tersebut agar diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam pemanfaatan produk tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka.

BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan juga bisa disebut dengan (BMT Mandiri Sejahtera) yaitu sebagai lembaga keuangan syariah yang beroperasi dalam menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. BMT melayani dari sektor mikro sehingga lembaga keuangan ini melayani kebutuhan keuangan masyarakat menengah kebawah. BMT ini lebih mengunggulkan penyaluran dana dalam bidang pembiayaan untuk memudahkan masyarakat mendapatkan modal usaha. BMT menerapkan produk

---

<sup>2</sup> Ibid.

pembiayaan dengan berbagai macam jenis akadnya seperti, *rahn*, *ijarah*, *hiwalah*., *mudharabah*, *musyarakah*, dan *murabahah*. Pembiayaan yang paling banyak disalurkan adalah pembiayaan yang berbasis gadai dan jual beli dengan akad *rahn* dan *murabahah* yang mana sering digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan modal.

Dalam hal ini *murabahah* adalah suatu perjanjian jual beli untuk barang tertentu antara penjual dan pembeli, di mana pemilik barang akan menyerahkan barang saat itu juga, sedangkan pembayaran dilakukan saat jatuh tempo seperti pada perjanjian yang telah disepakati.<sup>3</sup> *murabahah* merupakan akad jual beli yang cukup mudah untuk diaplikasikan dalam penyaluran dana, namun sebagaimana masyarakat belum mengerti tentang implementasi pembiayaan *murabahah* ini. Sehingga masih banyak yang beranggapan bahwa implementasi pembiayaan pada BMT ini sama dengan lembaga keuangan konvensional. Beberapa ketentuan harus dipenuhi oleh BMT dalam melaksanakan pembiayaan *murabahah* agar transaksi tersebut terhindar dari riba dan sesuai dengan syariah dengan berlandaskan syariah terhadap *murabahah* seperti dalam firman Allah SWT:

وَأَحْلَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

---

<sup>3</sup> Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perkeonomian Umat, Sebuah Pengenalan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002),76



Artinya: Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (QS Al Baqarah[1]:275)

Kemudian Rasulullah tegaskan dalam hadits:

Dari Suhaib Ar-Rumi radhiallahu'anhui bahwa Rasulullah Saw bersabda “tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rimah bukan untuk di jual” (HR Ibnu Majah)

Dalam mempertahankan nasabah maupun menarik calon nasabahnya, salah satu strategi yang dilakukan dalam hal ini adalah dengan menonjolkan sisi kualitas produk pembiayaan *murābahah* yang mana pembiayaan *murābahah* memudahkan bagi para pedagang-pedagang kecil dan juga para petani untuk mendapatkan modal, sehingga pentingnya sebuah kualitas produk pembiayaan *murābahah* yang dimiliki BMT Mandiri Sejahtera untuk dipasarkan kepada masyarakat, khususnya pada produk pembiayaan *murābahah* yang ada di BMT dengan upaya memenuhi kebutuhan permodalan para pedagang maupun petani serta strategi untuk meyakinkan calon nasabah akan keunggulan produk-produk tersebut. Sehingga minimnya pengetahuan masyarakat tentang adanya pembiayaan *murābahah* yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan modal khususnya warga petani Desa Centini.

Pembiayaan *murābahah* dilakukan antara nasabah sebagai pembeli dan lembaga keuangan syariah sebagai penjual dengan harga dan keuntungan yang

disepakati di awal.<sup>4</sup> Pada petani Desa yang melakukan pembiayaan dengan menggunakan akad *murābahah* guna untuk permodalan usaha pertanian, namun hanya lima (5) nasabah petani Desa Centini yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera. sehingga masih banyaknya petani yang berhutang kepada rentenir. Maka dari itu jarangya petani yang ada di Desa Centini melakukan pembiayaan *murābahah* karena tidak adanya pengetahuan tentang apa itu *murābahah*. Sehingga masih minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh para petani Desa Centini mengenai pembiayaan *murābahah* yang memudahkan para petani untuk mendapatkan modal.

Tabel 1.1

Jumlah nasabah pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera

Pembiayaan	Nasabah	Jumlah
<i>murābahah</i>	UMKM	190
	Petani	90
	Jumlah	280

Tabel di atas menunjukkan jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera, yang mana jumlah keseluruhannya adalah 1570 nasabah yang melakukan pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera namun nasabah yang ada di BMT tersebut yang menggunakan pembiayaan *murābahah* hanya ada 18% dari jumlah keseluruhannya dan 10% adalah dari UMKM

<sup>4</sup> Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah; Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek* (Jakarta: Alvabet, 2000), 201

sedangkan nasabah yang berkerja sebagai petani hanya 8% yang melakukan pembiayaan dengan menggunakan produk pembiayaan *murābahah* di BMT tersebut, oleh karena itu minimnya pengetahuan petani kepada lembaga keuangan syariah masih kurang sehingga petani menjadi kurang pengetahuan tentang BMT yang mempunyai produk pembiayaan yang bisa memudahkan petani untuk mencari modal dibuat bertani. Karena mayoritas warga Desa Centini berkerja sebagai petani dan Enam puluh tujuh persen (67%) para petani tersebut melakukan hutang kepada rentenir dan bank konvensional ketika petani ini tidak mempunyai uang untuk dibuat modal bertani, sehingga BMT ini akan terbuka lebar karena BMT Mandiri Sejahtera ini bisa menjadi tempat potensi bagi masyarakat Desa Centini dalam melakukan pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera.

Dalam hal ini penulis ingin mengetahui implementasi pembiayaan *murābahah* dan strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani karena masih minimnya pengetahuan petani dengan adanya pembiayaan *murābahah* yang ada di BMT Mandiri dalam kemampuan untuk memberikan kepuasan pada petani akan menguatkan kedudukan atau posisi produk tersebut kepada nasabah, sehingga memungkinkan nasabah untuk menjadikan *murābahah* sebagai pilihan pertama ketika mendaftarkan diri menjadi nasabah di BMT Mandiri Sejahtera. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti melakukan penelitian yang berjudul

**“Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murābahah* bagi Petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan”**

**B. Identifikasi dan Batasan Masalah**

**1. Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

- a. Strategi untuk meyakinkan para nasabah dan calon nasabah di lembaga keuangan syariah terkait produk yang ada.
- b. Alasan minimnya minat petani untuk melakukan pembiayaan *murābahah*
- c. Tingkat dan pemahaman petani tentang urgensi lembaga keuangan syariah.
- d. Implementasi pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur Cabang Babat Lamongan.
- e. Strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur Cabang Babat Lamongan.

**2. Batasan Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas, maka membatasi ruang lingkup permasalahan yang hendak dikaji atau diteliti yaitu seputar:

- a. Implementasi pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur Cabang Babat Lamongan.

- b. Strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur Cabang Babat Lamongan.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan?
2. Bagaimana analisis strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan berdasarkan teori strategi pemasaran?

### D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah uraian singkat tentang penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga bisa diketahui dengan jelas letak persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini.



							yang lebih besar kepada usaha pertanian		
2.	Sri Maulida dan Ahmad Yunani	Masalah dan Solusi Model Pengembangan Pembiayaan Pertanian dari Aspek Keuangan Syariah	Untuk membahas tentang masalah dan solusi dari segi aspek keuangan syariah tentang pengembangan pembiayaan pertanian	Masalah dan Model Pengembangan Pembiayaan Pertanian	Analisis regresi linier berganda	2017	perbankan syariah mempermudah para petani untuk mengakses modal petani, karena BMT tidak bisa mengimplimentasikan maka perbankan syariah sebagai tempat untuk melakukan pembiayaan untuk membuat koperasi unit Desa syariah agar dapat digunakan untuk kesejahteraan para petani.	Mendorong peningkatan alokasi pembiayaan pertanian sehingga peluang untuk sector pertanian mengembangkan usahanya dari segi permodalan	Dari peneliti sebelumnya pihak BMT menyalurkan pembiayaan kepada petani menggunakan akad Ba'I Salam sedangkan dipeniliti pihak BPRS menyalurkan pembiayaan kepada petani menggunakan akad <i>murābahah</i>
3.	Pradipta Puspita Larasati, Sayyidatul Fitriyah, Tika Widiastuti	Pembiayaan Syariah Disektor Pertanian: Solusi Permasalahan Riba dalam Perspektif Sosial	Untuk mendekatkan petani dengan lembaga keuangan syariah sehingga	Solusi Permasalahan Riba dalam Prespektif Sosial dan	Kajian literature	Juli – Desember 2017	Solusi atas rendahnya pembiayaan syariah disektor pertanian antara lain mengetahui skema pembiayaan yang	Kurangnya peranan bank syariah dalam pembiayaan usaha pertanian salah satunya kurangnya sosialisasi pihak bank	Dari peneliti sebelumnya lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak sebagai alternatif pembiayaan

	dan Dian Berkah	dan Ekonomi	mereka bisa benar-benar terbebas dari adanya riba yang bisa merugikan	Ekonomi			sesuai dengan kebutuhan petani	dengan petani	disektor pertanian sedangkan dalam peneliti pihak BPRS yang digerakan sebagai alternatif pembiayaan disektor pertanian.
4.	Tika Noviati	Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga terhadap Pembiayaan <i>murābahah</i> pada Bank Umum syariah di Indonesia	Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh giro terhadap pembiayaan <i>murābahah</i> di Bank Umum syariah yang ada di Indonesia	Pengaruh Dana Pihak ketiga	Kuantitatif	2016	Manajemen Bank Umum syariah mengharapkan selalu meningkatkan menghimpun dana pihak ketiga terutama giro dan deposito untuk meningkatkan jumlah pembiayaan	Terdapat penjelasan tentang pembiayaan <i>murābahah</i> dalam bank syariah	Dalam peneliti sebelumnya hanya menfokuskan tentang dana pihak ketiga yang terdapat pembiayaan <i>murābahah</i> dibank syariah, sedangkan dipeneliti ini menfokuskan pembiayaan <i>murābahah</i> terhadap petani.
5.	Reza Zulkifli Hayadin	Analisis Perbandingan Pemberian Kredit dan Pembiayaan <i>murābahah</i> pada PT. Bank Mandiri	Untuk mengetahui perbedaan prinsip dan prosedur pemberian	Perbandingan Pemberian Kredit dan Pembiayaan	kualitatif	2016	Pemberian kredit pada Bank Konvensioanl PT Mandiri dan pembiayaan <i>murābahah</i> pada	secara teknis memiliki persamaan dalam prosedur pemberian pinjaman kredit atau pembiayaan	Dari peneliti sebelumnya hanya membahas tentang pembiayaan <i>murābahah</i> pada PT Mandiri dengan



		dan PT. Bank Mandiri Syariah di Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat	kredit pada bank konvensional dan pembiayaan <i>murābahah</i> pada Bank syariah khususnya pada PT Bank Mandiri dan PT Mandiri Syariah				PT Mandiri Syariah secara teknis memiliki persamaan dalam prosedur pemberian pinjaman kredit atau pembiayaan dan bentuk perbedaannya terletak pada proses tahapan dalam pengajuan sampai pada pencairan.	<i>murābahah</i> . Bentuk perbedaan	PT Mandiri syariah, sedangkan dari peneliti ini membahas tentang pembiayaan <i>murābahah</i> disektor pertanian.
6.	Faoeza Hafiz Saragih	Pembiayaan Syariah sektor Pertanian	Untuk mengatasi permasalahan petani dengan permodalan	Pembiayaan Syariaiah		Oktober 2017	Pembiayaan syariah adalah salah satu alternative pembiayaan yang tepat untuk sektor pertanian yang bisa mengatasi permasalahan utama petani yaitu dengan permodalan untuk pengembangan skala usahanya.	Pengembangan bank syariah untuk sektor pertanian yang mengatasi permasalahan utama petani yaitu permodalan untuk skala usahanya.	Terdapat banyaknya produk pembiayaan yang ditawarkan dalam perbankan syariah sedangkan dipeneliti ini hanya satu produk pembiayaan yan ditawarkan oleh bank kepada petani
7.	Diana Maesyaroh	Strategi Pemasaran dalam meningkatkan	Untuk mengetahui strategi	Strategi Pemasaran pembiayaan	Kualitatif	2016	Produk pembiayaan di BPRS Bumi Artha Sampang	Meningkatkan jumlah nasabah	Dari penelitii sebelumnya hanya terfokus dengan



Dari skripsi di atas perbedaan buku dan jurnalnya adalah metitik beratkan kepada petani

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah hal-hal tertentu yang hendak dicapai dalam suatu penelitian. Tujuan ini penelitian akan memberikan arah dalam pelaksanaan penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui implementasi pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan.
2. Untuk mengetahui analisis strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan berdasarkan teori strategi pemasaran.

#### **F. Kegunaan Hasil Penelitian**

Kegunaan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sekurang-kurangnya dua aspek, yaitu :

1. Secara Teoritis
  - a. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan terkait dengan strategi pemasaran serta implementasi pembiayaan *murābahah* yang sesuai syariat.

- b. hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai sumber rujukan bagi peneliti selanjutnya serta memberikan sumbangsi pemikiran untuk penelitian sejenis lainnya.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi pembaca

Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu-ilmu tentang strategi pemasaran di BMT serta mengetahui implementasi produk pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan.

### b. Peneliti lebih lanjut

Bagi peneliti lebih lanjut, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi dan rujukan bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang hal yang serupa dengan penelitian ini.

### c. Bagi BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.

Bagi BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan penelitian ini diharapkan bisa memberi solusi terkait strategi pemasaran produk *murābahah*, sehingga produk tersebut bisa dimanfaatkan secara lebih maksimal oleh petani yang membutuhkan modal di bidang pertanian.

## G. Definisi Operasional

Sebagai gambaran di dalam memahami suatu pembahasan maka perlu adanya pendefinisian terhadap judul yang bersifat operasional di dalam penulisan skripsi ini agar mudah dipahami secara jelas tentang arah dan tujuannya. Sehingga tidak terjadi kesalahan pahaman dalam memahami maksud yang terkandung.

Adapun judul skripsi ini adalah “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murābahah* bagi Petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan” dan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi ini maka penulis perlu menguraikan tentang pengertian judul tersebut sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk mempromosikan produk maupun jasa yang bisa memenuhi kebutuhan calon nasabah.<sup>5</sup>
2. *Murābahah* adalah jual beli barang pada harga awal dengan tambahan keuntungan yang disepakati oleh calon nasabah sehingga penjual harus memberitahu harga awal barang dan tambahan keuntungan yang disepakati.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada,2016),2

<sup>6</sup> Darsono,Ali Sakti, dkk.,*Perbankan Syariah di Indonesia* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada,2017), 221

## H. Metode Penelitian

Metode penelitian menjelaskan dan menggambarkan bagaimana cara penelitian dilaksanakan secara tertata, sistematis serta sesuai dengan teknik-teknik yang harus digunakan dalam pengumpulan, pengolahan dan analisa data. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yakni mengumpulkan data dengan melakukan penelitian langsung ke lapangan. Untuk melaksanakan penelitian tersebut, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti, di antaranya:<sup>7</sup>

### 1. Data yang dikumpulkan

Data yang dihimpun untuk menjawab masalah dalam penelitian ini adalah data mengenai pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan yang meliputi:

- a. Data tentang implementasi pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan.
- b. Data tentang nasabah petani Desa Centini pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan

### 2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini terdiri dari;

---

<sup>7</sup> Ismanto Setyabudi dan Daryanto, *Panduan Praktis Penelitian Ilmiah* (Yogyakarta: Gava Media, 2015), 134.

a. Sumber primer

Sumber data primer adalah subyek diperolehnya suatu data secara langsung dari obyek penelitian. Data yang diperoleh dari sumber primer adalah data tentang strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber primer adalah:

- 1) Manajer Kantor Cabang BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan
- 2) Lima (5) nasabah BMT Mandiri Sejahtera petani Desa Centini

b. Sumber sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang menggunakan data atau informasi yang sudah ada dari pihak lain dengan melalui orang lain maupun lewat dokumen.<sup>8</sup>

Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen yakni mengenai identitas BMT, profil, visi dan misi, tujuan BMT, struktur organisasi. Selain itu juga data referensi yang mempunyai kolerasi dengan pembahasan dalam penelitian ini, seperti buku dan catatan.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut skripsi ini meliputi:

---

<sup>8</sup> Abuzar Asra, Puguh Bodro Irawan, Agus Purwoto, *Metode Penelitian Survei* (Bogor: In Media, 2016), 99

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan antara dua orang yaitu dengan salah seorang sebagai pewawancara yang mengajukan pertanyaan untuk menggali dan mendapatkan informasi yang dituju dan terwawancara yaitu memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.<sup>9</sup>

Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan manajer BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan untuk memperoleh informasi terkait dengan implementasi strategi pemasaran yang diterapkan di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan kepada petani.

b. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengamatan yang sistematis dan selektif terhadap suatu interaksi atau fenomena yang sudah terjadi.<sup>10</sup> Dalam hal ini penulis akan melakukan observasi atau pengamatan langsung terhadap strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak marketing BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.

---

<sup>9</sup> Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial* (Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2010), 118

<sup>10</sup> Abuzar, Asra, Puguh Bodro Irawan, Agus Purwoto, *Metode Penelitian Survei* (Bogor: In Media, 2016), 105



c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu teknik mencari data dengan cara mengunduh, membaca dan menelaah data dalam hal mengenai strategi pemasaran pembiayaan *Murābahah* bagi petani di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah semua data yang diperlukan terkumpul maka peneliti menggunakan teknik-teknik berikut ini:

- a. Editing, yaitu memeriksa kembali semua data yang diperoleh, terutama dari kelengkapan, kejelasan makna, kesesuaian dan keselarasan antara yang satu dengan yang lain. Dalam hal ini penulis akan memeriksa kembali kelengkapan dan kejelasan makna tentang pembiayaan *murābahah* bagi petani di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan. dan juga kesesuaian data-data dari kepustakaan.
- b. Organizing, yaitu menyusun dan mensistematikan data yang diperoleh dalam kerangka paparan yang sudah tersusun pada BAB III tentang banyak atau sedikitnya petani yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.
- c. Analyzing, yaitu memberikan analisis lanjutan terhadap data yang diperoleh dari sumber-sumber penelitian dengan menggunakan teori yang sesuai dengan objek penelitian sehingga diperoleh kesimpulan. Dalam hal

ini peneliti akan menganalisis data yang ada dengan perspektif teori strategi pemasaran.

#### 5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Metodologi penelitian kualitatif adalah suatu metodologi penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata yang berasal dari subyek yang diamati.<sup>11</sup> Yang mana penelitian kualitatif ini menghasilkan data dengan melalui wawancara kepada manajer kantor BMT Mandiri Sejahtera dan petani Desa Centini, Kemudian dianalisis dengan teknik deskriptif artinya penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan suatu kondisi lapangan yang kemudian diuraikan dalam bentuk kalimat. Selain itu juga menggunakan pola pikir induktif dimana penulis akan mendiskripsikan fakta-fakta secara nyata dan apa adanya sesuai obyek kajian dalam penelitian untuk memperoleh data yang sedetail mungkin dengan memaparkan data yang diperoleh secara umum untuk ditarik kesimpulan secara khusus dengan melakukan pembacaan dan analisis data terhadap sumber data yang diperoleh.

#### 6. Teknik Validasi Data

Teknik validasi data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan triangulasi dengan derajat kepercayaan (*credibility*). Menurut

---

<sup>11</sup> Lexy J. Molcong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014),4

patton, triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang telah dilakukan dengan memanfaatkan sesuatu yang lain. Adapun yang dimaksud dari memanfaatkan dengan penggunaan sumber, metode dan teori.

Triangulasi dengan penggunaan sumber berarti peneliti membandingkan dan memeriksa derajat kepercayaan suatu informasi melalui waktu dan alat yang berbeda. Jika terjadi perbedaan dalam informan peneliti maka yang dijadikan pegangan di sini melalui alasan – alasan dari informan penelitian. Triangulasi dengan menggunakan teori, dengan melakukan penjelasan banding (*rival explanation*) yaitu membandingkan satu atau lebih teori dengan hasil penelitian yang sudah didapatkan.<sup>12</sup>

Apabila dikaitkan dengan penelitian ini, maka data – data tersebut diperoleh dari BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan dan nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan dari golongan petani Desa Centini dengan memanfaatkan produk – produk yang ada di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan untuk membiayai keperluan nasabah.

Data yang sudah diperoleh akan dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan kesimpulan akhir. Sedangkan teknik triangulasi dilakukan untuk mengecek data kepada sumber yang sama dengan menggunakan teknik yang berbeda. Seperti halnya pada penelitian ini, selain menggunakan teknik wawancara peneliti juga melakukan pengecekan kebenarannya dengan

---

<sup>12</sup> Ibid.

melakukan observasi langsung di lapangan dengan andil secara langsung maupun tidak langsung. Serta didukung dengan data dokumentasi, sehingga hasil dari data triangulasi tersebut dapat memberikan kesimpulan mengenai keabsahan data penelitian. Apakah data yang diperoleh dari penelitian ini konsisten atau berlawanan.

## I. Sistematika Pembahasan

Sistem pembahasan ini bertujuan agar penyusunan skripsi terarah sesuai dengan bidang kajian dan untuk mempermudah pembahasan, dalam skripsi ini dibagi menjadi lima bab, dan dari lima bab terdiri dari beberapa sub-sub, di mana antara satu dengan yang lainnya saling berhubungan sebagai pembahasan yang utuh. Adapun sistematika pembahasan sebagai berikut:

**BAB I** :Merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitan, definisi operasional, metode penelitian , dan sistematika pembahasan.

**BAB II** : Berisi tentang landasan teori yang akan memaparkan tentang tinjauan umum dari teori tentang strategi pemasaran produk tersebut kepada nasabah. serta pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan terhadap para petani

BAB III : Berisi tentang data terkait strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan yang terdiri dari beberapa sub bab, sub bab pertama berisi tentang gambaran umum BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan. Sub bab kedua berisi tentang praktik implementasi pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan. Sub bab ketiga tentang strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani desa centini di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan. Dengan tujuan mengetahui banyak atau sedikitnya petani yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan saat ini.

BAB IV : Merupakan analisis hasil penelitian berupa implementasi pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan dan berisi analisis strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan dengan menggunakan teori-teori kepustakaan tentang strategi pemasaran.



## BAB II

### PEMBIAYAAN *MURĀBAHAH* DAN STRATEGI PEMASARAN

#### A. Pembiayaan *Murābahah*

##### 1. Pengertian Pembiayaan *Murābahah*

Lembaga keuangan syariah adalah suatu lembaga yang bergerak di bidang keuangan syariah, dan berperan dalam penghimpunan serta penyaluran dana. Salah satu produk penyaluran dana di lembaga keuangan syariah adalah produk pembiayaan *murābahah*. Pembiayaan *murābahah* atau disebut juga *bai' bitsaman ajil*, dan juga dari kata *ribhu* yang artinya keuntungan. Sehingga *murābahah* bisa diartikan sebagai jual beli barang dengan keuntungan yang disepakati. *Murābahah* adalah sebuah transaksi jual beli antara calon nasabah dengan pihak lembaga keuangan dengan jumlah keuntungan yang disepakati kedua belah pihak.<sup>13</sup> Tujuan adanya pembiayaan *murābahah* adalah untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada calon nasabah yang kekurangan dana untuk membeli barang. Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 04/DSN-MUI/IV/2000 *murābahah* adalah jual beli suatu barang dengan memastikan harga belinya dan pembeli membayar dengan harga lebih sesuai yang disepakati oleh kedua pihak.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012), 177

<sup>14</sup> Osmad Muthaher, *Akuntansi Perlembaga keuanganan Syari'ah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 57

Berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008 pembiayaan *murābahah* adalah, "Akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.<sup>15</sup> Jadi *murābahah* merupakan akad jual beli yang ada dasar mengenai informasi dari penjual mengenai barang tersebut, sehingga lembaga keuangan sebagai penjual menyebutkan harga barang di awal kesepakatan antara pihak lembaga keuangan sebagai penjual dan calon nasabah sebagai pembeli, kemudian pihak lembaga keuangan menyebutkan keuntungan barang di awal sesuai kesepakatan oleh pihak calon nasabah.

Dalam undang – undang No. 21 Tahun 2008 menempatkan *al-murabahat* sebagai salah satu akad yang digunakan sebagai dasar penyaluran pembiayaan. Ini termaktub dalam pasal 19 ayat (1) dan (2) huruf d dan pasal 21 huruf b angka 2 yang berbunyi bahwa salah satu kegiatan usaha Bank Umum Syariah, UUS, dan BPRS dalam menyalurkan pembiayaan. Namun demikian ketentuan *murābahah* sebelumnya diatur oleh PBI. No. 7/46/PBI/2005 tentang akad penghimpunan dan penyaluran dana bagi Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, di pasal 9 ayat (1) dan (2) serta pasal 10.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Atang Abd. Hakim, *Fiqih Perbankan Syariah*, (Bandung: PT Rafika Aditama,2011),227

<sup>16</sup> Ibid.,



Sedangkan *murābahah* yang ada dalam fatwa DSN-MUI No.4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murābahah* dijelaskan apabila pihak bank menerima permintaan nasabah untuk pembelian barang di bank maka bank harus membelikan barang terlebih dahulu barang yang sudah dipesan nasabah dengan sah pada pedagang. Jika bank mewakili pembelian barang kepada nasabah dari pihak ketiga maka akad *murābahah* harus dilakukan setelah barang ada, bank memberikan penawaran barang kepada nasabah dan selanjutnya nasabah harus membeli barang tersebut sesuai dengan kesepakatan di awal. Dalam hal ini pihak bank diperbolehkan meminta uang muka kepada nasabah ketika menandatangani kesepakatan yang sudah di awal pemesanan, uang muka ini digunakan membeli barang untuk menutupi kerugian bank jika nasabah tidak jadi membelinya yang sesuai ketentuan yang ada dalam fatwa DSN-MUI No.4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murābahah*.<sup>17</sup>

Ketentuan Fatwa DSN-MUI yang mengatur tentang *murābahah* dapat dibedakan menjadi empat bagian:

- a. Ketentuan Umum *Murābahah* dalam Lembaga keuangan Syariah mengatur bahwa lembaga keuangan dan nasabah harus melakukan akad *murābahah* yang bebas riba dan barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syariah islam. Lembaga keuangan mempunyai pilihan

---

<sup>17</sup> Darsono, Ali Sakti, dkk., *Perbankan Syariah di Indonesia* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), 222

dan kesempatan membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya terkait pembiayaan *murābahah* dengan nasabah. Lembaga keuangan juga diharuskan untuk menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian barang tersebut.

b. Ketentuan *Murābahah* kepada Nasabah

Kepada nasabah mencakup empat poin yaitu:

- 1) Nasabah mengajukan permohonan dan janji pembelian suatu barang atau aset kepada lembaga keuangan.
- 2) Jika lembaga keuangan menerima permohonan tersebut, lembaga keuangan harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
- 3) Lembaga keuangan kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membelinya) sesuai dengan janji yang telah disepakatinya, karena secara hukum janji tersebut mengikat maka kedua pihak harus membuat kontrak jual beli, dalam jual beli ini lembaga keuangan diperbolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka pada saat menandatangani kontrak kesepakatan awal pemesanan.
- 4) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut biaya riil lembaga keuangan harus dibayar dari uang muka tersebut.

5) Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh lembaga keuangan maka lembaga keuangan dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.

6) Jika uang muka yang menggunakan kontrak *'urbun* sebagai alternative dari uang muka, maka;

a) Jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut ia tinggal membayar sisa harga.

b) Jika nasabah batal membeli barang maka uang muka menjadi milik lembaga keuangan maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh lembaga keuangan akibat pembatalan tersebut; dan jika uang muka tidak mencukupi nasabah wajib melunasi kekurangannya.

Dalam lembaga keuangan syariah ada dua bentuk *murābahah* yang pada umumnya dipraktekkan yaitu *murābahah* modal kerja dan *murābahah* investasi yakni:<sup>18</sup>

a. *Murābahah* modal kerja adalah akad jual beli barang antara lembaga keuangan sebagai penyedia barang dan nasabah sebagai pemesan barang yang akan dibeli kepada lembaga keuangan. Pada transaksi pihak lembaga keuangan mendapatkan keuntungan jual beli yang sudah disepakati di awal kepada nasabah.

<sup>18</sup> Aminah Lubis, *Aplikasi Murabahah dalam perbankan Syariah*, (FITRAH, Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman, Vol. 02 No. 2 Desember 2016),187



Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.<sup>19</sup>

Dari ayat di atas menjelaskan orang yang memakan riba yakni dengan cara bertransaksi dengan mengambil dan menerima keuntungan yang lebih dari modal yang dipinjamkan dengan orang yang membutuhkan dengan memanfaatkan kebutuhannya, maka orang yang memakan riba akan tidak dapat berdiri yakni pada melakukan aktivitas atau orang tersebut melainkan kemasukan setan karena gila, dan mereka akan hidup dalam kegelisahan di dalam dunia. Sedangkan di akhirat mereka akan dibangunkan dari kubur dalam keadaan sempoyongan dan mendapatkan hukuman yang pedih, dengan demikian mereka akan berkata bahwa jual beli sama dengan riba dengan mereka menganggap bahwa keduanya adalah sama-sama mendapatkan keuntungan. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba yang dimaksud adalah sebab jual beli menguntungkan kedua belah pihak (pembeli dan penjual) dan Allah mengharamkan riba karena sangat merugikan salah satu pihak, dan Allah sudah memperingatkan kepada manusia untuk tidak mengulangi transaksi yang menyangkutkan riba dan jika orang itu mengulangi transaksi riba setelah Allah memperingatinya, maka orang itu akan menjadi penghuni neraka untuk selamanya.

---

<sup>19</sup> Al-Qur'an Kemenag, *Qs. Al-Baqarah*, 275

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: “Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama manusia dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu”<sup>20</sup>

Dari ayat di atas menjelaskan bahwa jangan sekali-kali kamu saling memakan atau memperoleh harta diantara sesamamu yang kamu perlukan dalam hidup dengan jalan yang batil yakni jalan tidak benar yang tidak sesuai dengan tuntunan syariat, kecuali kamu peroleh harta itu dengan cara yang benar dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu yang tidak melanggar ketentuan syariat dan janganlah kamu membunuh dirimu atau membunuh orang lain karena ingin mendapatkan harta yang lebih sesungguhnya Allah maha penyayang kepada hamba-hamba-Nya yang beriman dan barang siapa yang berbuat demikian dalam memperoleh harta dengan cara melanggar hukum dan berbuat zalim maka akan kami masukan dia kedalam nerakâh. Dengan demikian Allah akan menjatuhkan suatu hukuman dengan siksaan neraka dengan sangat mudah.

<sup>20</sup> Al-Qur'an Kemenag, QS. An-Nissa: 29

## b. Hadis

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ،  
وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ. (رَوَاهُ ابْنُ مَاجَه)

Artinya: Dari Suhaib Ar Rumi r.a., bahwa Rasulullah Saw bersabda “Tiga hal yang didalamnya terdapat keberkatan: Jual-beli secara tangguh, muqaradha (*mudharabah*) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual. (HR. Ibnu Majah)<sup>21</sup>

Hadits riwayat Ibnu Majah tersebut merupakan dalil lain yang diperbolehkannya *murabahah* yang dilakukan secara jatuh tempo. Meskipun kedudukan hadits ini lemah namun banyak ulama yang menggunakan dalil ini sebagai dasar hukum akad *murabahah* ataupun jual beli jatuh tempo. Ulama menyatakan bahwa arti tumbuh dan menjadi lebih baik terdapat pada perniagaan atau juga pada jual beli yang dilakukan secara jatuh tempo maupun akad *murabahah* dengan adanya keberkahan. Dalam hal ini dapat didedikasi bahwa diperbolehkannya praktik jual beli yang dilakukan secara jatuh tempo begitupun sama halnya engan akad *murabahah* yang dilakukan dengan secara jatuh tempo dalam arti ini lembaga keuangan memberikan jangka

<sup>21</sup> Ari Kurniawan, “Muamalah Bisnis Perdagangan Syariah”, (Justitia Jurnal Hukum, Volume 1 No.1 April 2017),45

waktu kepada nasabah untuk melakukan pelunasan atas barang yang sudah dibeli dengan kesepakatan harga di awal akad.

### 3. Rukun dan Syarat pembiayaan *murābahah*

#### d. Rukun *murābahah*

Jual beli *murābahah* dalam perspektif islam memiliki beberapa rukun yang harus dipenuhi, terdiri dari:<sup>22</sup>

- 1) Pihak yang berakad
- 2) Obyek yang diakadkan
- 3) Harga
- 4) Ijab dan qabul

#### e. Syarat pembiayaan *murābahah*

Selain adanya rukun dalam pembiayaan *murābahah*, juga terdapat syarat-syarat yang dijadikan pedoman dalam pembiayaan sebagai identitas suatu produk pembiayaan dalam perbankan syariah atau BMT.

Syarat dari jual beli *murābahah* antara lain:

- 1) Pihak yang berakad

Syarat dari penjual dan pembeli (*al-aqidain*) adalah memiliki perkataan untuk melakukan akad artinya sudah baligh, berakal dan rusyd. Adapun jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum

<sup>22</sup> Divisi Pengembangan Produk dan Edukasi, Departemen Perlembaga keuangan Syariah, Otoritas Jasa Keuangan, *Standar Produk Perlembaga keuangan Syariah Murabahah*,7-8



baligh dan orang gila yang tidak berakal sehat maka hukumnya tidak sah.

2) Obyek yang diakadkan

- a) Barang itu ada ketika melakukan transaksi (akad) atau barang tidak ada ketika akad tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupan untuk mengadakan barang yang telah dipesan oleh pembeli
- b) Barang itu bisa dimanfaatkan atau bermanfaat bagi masyarakat
- c) Barang yang belum dimiliki seseorang itu tidak boleh diperjualbelikan
- d) Barang dapat diberikan ketika akad berlangsung atau bisa pada waktu lain yang telah disepakati oleh pihak pembeli dan penjual.

3) Harga

- a) Harga yang sudah disepakati oleh pihak penjual dan pembeli harus jelas nominalnya.
- b) Harga bisa diberikan ketika akad, baik itu dengan uang tunai maupun cek dan kartu kredit, dan jika harga barang yang dibayar kemudian utang maka waktu pembayarannya harus jelas.
- c) Jika jual beli dilakukan dengan cara barter (tukar menukar sesama barang), kalau barangnya sama jenisnya dari segi nilai harga, kuantitas dan kualitas, tetapi jika barangnya tidak sama jenisnya

maka nilai harga, kuantitas dan kualitas berbeda maka penyerahannya ketika akad berlangsung.

4) Ijab dan qabul

- a) Menyatakan ijab qabul dengan secara jelas dan ada kesesuaian antara ijab dan qabul.
- b) Ijab dan qabul dilakukan dalam ssatu majelis jadi penjual dan pembeli harus ada dalam satu tempat contohnya di toko, di pasar dan lain-lain.
- c) Kalimat ijab qabul bisa dengan cara tertulis, lisan, isyarat atau sikap yang bisa menunjukan adanya bentuk ijab qabul.<sup>23</sup>

4. Manfaat Pembiayaan Berdasarkan pembiayaan *murābahah*

Dalam Lembaga Keuangan Syariah memiliki manfaat tersendiri untuk keunggulan Lembaga Keuangan Syariah ataupun untuk nasabah pada Lembaga Keuangan Syariah. Adapun manfaat dalam pembiyaan berdasarkan akad *murābahah* antara lain:

a. Bagi Pihak Bank

Manfaat pembiayaan berdasarkan pembiayaan *murābahah* bagi bank salah satunya sebagai bentuk penyaluran dana dalam memperoleh pendapatan pada bentuk pendapatan margin

---

<sup>23</sup> Harun, *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017),68-70

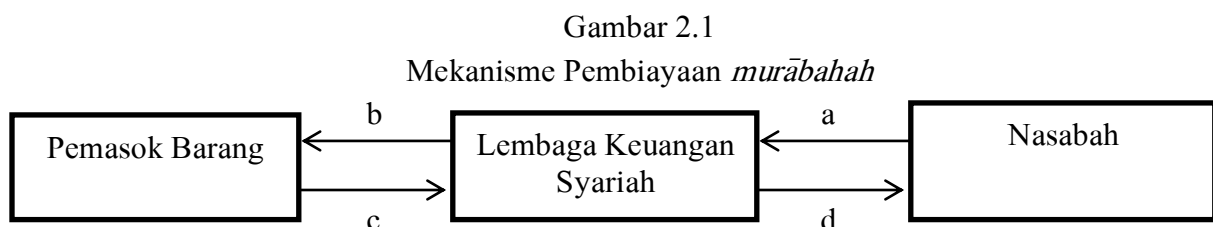
b. Bagi Pihak Nasabah

Manfaat pembiayaan berdasarkan pembiayaan *murābahah* bagi nasabah sebagai penerima fasilitas antara lain:

- 1) Memperoleh barang tertentu melalui pembiayaan dari bank.
- 2) Nasabah dapat mengangsur pembayaran dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah masa perjanjian.
- 3) Skema pembiayaan yang sederhana dengan prinsip negosiasi
- 4) Tidak mengandung riba
- 5) Pembayaran secara angsuran kepada pihak lembaga keuangan syariah.<sup>24</sup>

5. Proses pengajuan pembiayaan *murābahah*

Pembiayaan *murābahah* pada lembaga keuangan syariah memiliki prosedur dalam pengajuan pembiayaannya. Dengan tujuan pembiayaan yang dilakukan oleh nasabah dapat terstruktur. Secara umum, aplikasi dalam lembaga keuangan syariah pada pembiayaan *murābahah* dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut:<sup>25</sup>



<sup>24</sup> Afandi Al Ahmadi, 2015 TA "Analsisis Pembiayaan Murabahah", Kudus: hlm.205

<sup>25</sup> Ardito Bhinadi, *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2018), 56

Pada gambar di atas menjelaskan bahwa prosedur dalam pembiayaan *murābahah* yang ada di Lembaga keuangan Syariah dapat diuraikan sebagai berikut.

- a. Nasabah mengajukan permohonan pembiayaan dengan pembelian barang tertentu kepada lembaga keuangan syariah.
- b. Pihak Lembaga Keuangan Syariah membelikan barang sesuai dengan surat pengajuan dari permohonan nasabah kepada pemasok barang.
- c. Pihak pemasok barang menjual barang yang dimaksud kepada Lembaga keuangan Syariah.
- d. Pihak Lembaga Keuangan Syariah menjual barang yang dimaksud kepada nasabah dengan mengambil margin keuntungan atas harga pembelian kepada nasabah.

## **B. Strategi pemasaran**

### **1. Pengertian Strategi Pemasaran**

Strategi merupakan bagian perpaduan antara tindakan proaktif manajer agar bisa memperbaiki pasar dan juga kinerja *finansial* perusahaan yang akan dibutuhkan perusahaan terhadap perkembangannya dan kondisi pasar berubah yang tidak diharapkan. Maka dari itu manajer akan membuat

strategi maupun perencanaan yang akan mengubah perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang unggul dalam persaingan pada perusahaan lain.<sup>26</sup>

Definisi strategi menurut versi Whellen-Hunger strategi utama yang menggunakan konsep dari GE (General Electric) yaitu strategi pertumbuhan yaitu tujuan dari strategi perusahaan yang terfokus pada pencapaian perusahaan dengan capaian pertumbuhan dari penjualan, modal, dan laba karena suatu perusahaan harus adanya pertumbuhan dengan memanfaatkan peluang agar perusahaan tersebut bisa meningkatkan kualitas produk dari penjualan dan meningkatkan keuntungan.<sup>27</sup>

Sedangkan pemasaran adalah proses perencanaan yang telah dirancang dan dilaksanakan sebagaimana yang sudah dikonsepsi dan sudah ditentukan sebelumnya, penentuan harga, promosi, dan distribusi barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu maupun organisasi.<sup>28</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong (2009) memberikan definisi pemasaran bahwasanya pemasaran merupakan suatu fungsi dari perusahaan yang menciptakan suatu proses untuk komunikasi dan menyampaikan kepada pelanggan untuk mencapai *profit* bagi perusahaan.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2016),125

<sup>27</sup> Ibid,

<sup>28</sup> Ikatan Bankir, *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2016),216-217

<sup>29</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia,2015),2

Jadi strategi pemasaran adalah serangkaian perencanaan upaya yang akan ditempuh untuk mencapai tujuan perusahaan supaya mampu bersaing dengan pasar lainnya dengan pemindahan produk (barang atau jasa) dari tangan produsen ketangan konsumen yang akan meliputi identifikasi dan evaluasi peluang, analisis segmen pasar, pemilihan target pasar, dan perencanaan bauran pemasaran yang tepat.<sup>30</sup> Adapun dalam perusahaan juga harus mempunyai strategi pemasaran agar tercapainya tujuan perusahaan untuk pemasaran produk maupun jasa yang dimiliki oleh perusahaan.

## 2. Tujuan Pemasaran

Setiap lembaga keuangan memiliki tujuan strategi pemasaran yang unggul agar lembaga keuangan tersebut bisa bersaing dengan lembaga keuangan yang lain, maka dari itu tujuan pemasaran lembaga keuangan adalah sebagai berikut:

- a. Memudahkan nasabah untuk melakukan pembiayaan agar nasabah bisa tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan.
- b. Memaksimalkan kepuasan nasabah melalui berbagai pelayanan yang diinginkan oleh nasabah sehingga nasabah tidak adanya rasa bosan dengan pelayanan tersebut.

---

<sup>30</sup> Ikatan Bankir, *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), 219

- c. Memaksimalkan produk yang ada di lembaga keuangan sediakan untuk para calon nasabah sehingga calon nasabah mempunyai pilihan untuk memilih produk pembiayaan yang sesuai dengan nasabah.<sup>31</sup>

### 3. Konsep pemasaran

Dalam mencapai sasaran pasar ini membutuhkan strategi yang berbeda antara lembaga keuangan satu dengan lembaga keuangan yang lainnya, dan juga melihat dari kekuatan sumber daya lembaga keuangan yang bersangkutan dan luas operasional yaitu *marketing* dari pencapaian tersebut *marketing* membutuhkan strategi dalam penyalurkan pembiayaan tersebut, agar dalam perencanaan bisnis yang memadai seperti dalam cakupan daerah operasi lembaga keuangan, pertumbuhan ekonomi di daerah yang bersangkutan, tingkat persaingan dan pangsa pasar lembaga keuangan, potensi bisnis yang bisa digarap, dan kemampuan *monitoring* terhadap penyaluran pembiayaan. Adapun dengan cara mengkonsep strategi pemasaran agar lembaga mengetahui tentang keinginan maupun kebutuhan konsumen.<sup>32</sup>

Adapun definisi dari konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen perusahaan dalam bidang pemasaran yang memusatkan keinginan dan kebutuhan konsumen untuk memberikan tingkat kepuasan kepada

<sup>31</sup> Nur Asaroh, *Startegi Penghimpunan Dana Produk Simpanan EL Amanah Dengan Akad Wadi'ah Yad Dhamaah Di BMT Amanah Kendal*, (UIN Waslisongo Semarang,2015), 26-27

<sup>32</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015),229

konsumen.<sup>33</sup> Pemasaran ini merupakan suatu proses untuk bisa memahami konsumen untuk bisa memenuhi kebutuhan target market yang sudah dipilih secara khusus.<sup>34</sup> Adapun Menurut Hermawan Kartajaya dan Philip Kotler, strategi pemasaran adalah hal yang penting bagi perusahaan dan memiliki sebuah elemen – elemen penting yang terdiri atas strategi dan tactic, yang mana elemen – elemen ini meliputi:<sup>35</sup>

a. Strategi

- 1) *Segmentasi*, karena bank syariah maupun lembaga keuangan syariah ini mampu melihat bahwasanya ada potensi pasar untuk memasarkan produk yang dimiliki oleh bank syariah maupun lembaga keuangan syariah dengan secara kreatif.
- 2) *Targeting*, bank syariah maupun lembaga keuangan syariah mempunyai target yang bisa menjadi nasabah seperti halnya membidik masyarakat yang mempunyai usaha karena dari segmentasi usaha yang bisa menerapkan pola bagi hasil untuk sektor ekonomi tertentu
- 3) *Positioning*, memosisikan produk bank syariah sangatlah penting bagi perusahaan, karena positioning ini guna untuk mengetahui bagaimana respon dari nasabah ketika adanya produk dari bank syariah, maka dari itu ditengah pesaing yang berimplikasi terhadap inovasi yang harus

---

<sup>33</sup> Joseph P. Cannon, William D. Perreault, Jr, E. Jerome McCarthy, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, (Jakarta : Selemba Empat,2008),20

<sup>34</sup> *Ibid*,216

<sup>35</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015),128-136



dipunyai oleh pihak bank syariah maupun lembaga keuangan syariah. Sebab persaingan merebutkan nasabah ini tidak hanya dilakukan di pasar saja melainkan di benak konsumen. Jadi positioning merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain produk sehingga adanya kepuasan konsumen terhadap perusahaan dengan melihat dari segi konsep pemasaran tersebut. Adapun ada lima konsep pemasaran yang mana setiap konsep bisa dijadikan landasan pemasaran oleh perusahaan. Berikut ini adalah konsep-konsep yang dimaksud, antara lain:

a) Konsep Produksi

Pada konsep produksi ini bahwasanya konsumen akan memiliki ketertarikan produk dari perusahaan tersebut dikarenakan para manajer dalam perusahaan tersebut akan mementingkan kepuasan konsumen pada barang yang akan diproduksi oleh perusahaan. Maka dari itu manajer akan mengupayakan kepuasan konsumen agar bisa mencapai efisien produksi yang tinggi dan mendistribusi yang luas.<sup>36</sup>

b) Konsep Produk

Konsep produk ini merupakan menawarkan suatu produk kepada konsumen bahwasanya dalam konsep produk ini adalah suatu

---

<sup>36</sup> Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta, 2008), 27

konsep yang paling diperhatikan oleh perusahaan, karena perusahaan harus memperhatikan efisiensi dan kualitas produk tersebut. Jadi dalam konsep produk ini merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik.<sup>37</sup> Karena persaingan lembaga keuangan yang kini semakin ketat dengan penawaran produk yang relatif sama antara lembaga keuangan satu dengan lembaga keuangan yang lain, sehingga aktivitas pemasaran kini menjadi hal yang sangat penting bagi lembaga keuangan agar bisa melakukan hal yang bisa mendominasi pasar di wilayah cangkupan bisnis supaya bisa mencapai target yang diharapkan oleh lembaga keuangan, dan juga bisa meningkatkan pertumbuhan aset dari perusahaan tersebut dan bisa mencapai profitabilitas yang maksimal dari perusahaan maupun lembaga keuangan tersebut.<sup>38</sup>

### c) Konsep Penjualan

Konsep penjualan ini merupakan suatu prosesnya usaha dalam menawarkan suatu produk kepada nasabah agar nasabah tertarik dan membeli produk yang sudah ditawarkan. Konsep

---

<sup>37</sup> Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, ( Jakarta: PT Gramedia Pustaka, Anggota IKAPI,2001),11-12

<sup>38</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015),229

penjualan ini termasuk strategi untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang ditujukan kepada konsumen.<sup>39</sup>

#### d) Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran ini merupakan konsep yang sangat penting agar perusahaan bisa mencapai tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar serta bisa memberikan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen dengan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dari pesaing lainnya.<sup>40</sup>

#### b. Taktik

- 1) *Differentiation*, agar bisa menjadi pemimpin pasar perusahaan perlu memiliki kualitas produk yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing lain, karena *differentiation* ini dapat dilakukan dengan promosi melalui konten yang menawarkan, sehingga produk dan jasa bank syariah ini memiliki nilai jual anatara lain dengan keterkaitan kepastian harga, transparasi, hubungan kemmitraan yang setara, ketiadaan unsur spekulasi, jaminan adanya *underlying* asset serta akad yang bervariasi.
- 2) Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)<sup>41</sup>

Perbankan adalah sebuah industri jasa sehingga konsep pemasarannya lebih menonjolkan pemasarannya untuk produk jasa, yang

<sup>39</sup> Ikatan Bankkir, *Mengelolah Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2016),234

<sup>40</sup> Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*,(Yogyakarta,2008),18-19

<sup>41</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2016),130

membedakan perbankan dengan industri jasa lainnya adalah banyaknya ketentuan dan peraturan yang mengikat karena perbankan merupakan sebuah lembaga kepercayaan. Bauran pemasaran ini merupakan komponen yang diperlukan oleh marketing untuk melakukan pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga keuangan untuk mencapai tujuan pemasarannya pada target market. Bauran pemasaran tersebut terdiri dari 4P (*Product, Price, Place, Promotion*), yaitu antara lain:

- a) Produk (*product*) merupakan jenis produk dari lembaga keuangan yang terdiri dari simpanan maupun pembiayaan, produk tersebut ditawarkan kepada calon nasabah agar bisa memberi manfaat bagi calon nasabah untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh calon nasabah dan memuaskan calon nasabah. Dalam perbankan desain produk yang perlu diperhatikan adalah sistem, prosedur, dan layanan yang disesuaikan dengan keinginan para nasabah yang dimana produk perbankan syariah ini bersumber dari aneka akad yang terdapat di bank syariah yang bersumber dari prinsip muamalah.
- b) Harga (*price*) merupakan keuntungan pada tingkat suku bunga yang ditawarkan oleh lembaga keuangan kepada nasabah atas pilihan nasabah yang menggunakan suatu produk atau jasa lembaga keuangan. Penetapan harga terhadap produk dan jasa bank syariah,

penentuan harga untuk nasabah yang melakukan pembiayaan tidak boleh ditetapkan berdasarkan melalui persentasi pembiayaan akan tetapi harga bisa ditentukan dengan bagi hasil dalam bentuk nisbah karena tidak mutlak menentukan besarnya pembagian bagi hasil, tetapi lebih ditentukan oleh kinerja bank. Nasabah bisa saja mendapatkan nisbah besar kepada bank dan bisa juga mendapatkan realisasi bagi hasil yang lebih kecil dari bank.

- c) Tempat (*place*) merupakan tempat-tempat lembaga keuangan atau ATM di mana perlu berada dititik keramaian, seperti perumahan, perkantoran, kawasan industri, pusat perbelanjaan dan kawasan pendidikan. Karena di Indonesia kebanyakan orang masih berkunjung ke kantor untuk mendapatkan informasi seputar produk bank. yang menjadi akses bagi nasabah untuk melakukan penghimpunan dana maupun pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah terhadap produk atau jasa lembaga keuangan.
- d) Promosi (*promotion*) merupakan suatu aktivitas untuk memberikan informasi kepada nasabah dan juga menarik tentang produk dan jasa yang dipromosikan oleh lembaga keuangan terhadap calon nasabah, baik secara langsung maupun melalui pihak lain yang dapat mempengaruhi nasabah dalam menentukan keputusan calon nasabah terhadap lembaga keuangan. Kegiatan promosi kegiatan promosi ini

mempunyai tujuan agar bisa menarik calon nasabah, memberikan informasi bahwasanya ada produk baru, memberikan informasi kepada calon nasabah tentang kualitas produk tersebut, dan memotivasi calon nasabah agar membeli produk yang dibutuhkan oleh calon nasabah. Hal yang penting untuk menawarkan sebuah produk dan jasa untuk masyarakat, kegiatan promosi produk dan jasa bank harus lebih banyak dilakukan lewat media massa cetak dan *audiovisual*. Bank syariah sangat efektif jika melakukan promosi propaganda lewat dakwah yang intensif dan terprogram serta marketing *public relation* lewat *testimoni* keunggulan berbagai hasil, serta memberdayakan etnis atau kelompok tertentu setelah dibekali pengetahuan tentang bank syariah untuk melakukan penetrasi pasar pasar dikalangan mereka.<sup>42</sup>

#### 4. Implementasi Strategi Pemasaran

Dalam ruang lingkup strategi pemasaran ini mencakup batasan apa, mengapa dan bagaimana dalam aktivitas pemasaran yang dijalankan oleh lembaga keuangan secara ideal, sedangkan dalam implementasinya itu mengacu kepada peran siapa, dimana ,kapan, apa dan bagaimana strategi pemasaran bisa diterapkan oleh lembaga keuangan dengan secara efektif dan efisien. Dalam proses penerapan yang harus diperhitungkan dari beberapa

---

<sup>42</sup> Ikatan Bankkir, *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2016),221-222

kesulitan yang bisa mempengaruhi pilihan strategi dengan melihat lima hal berikut.<sup>43</sup>

a. Siapa yang akan mengimplementasikan.

Pihak yang mengimplementasikan strategi pemasaran dari pihak lembaga keuangan dan penyusunan strategi pemasaran yang dikerjakan oleh unit yang terlibat langsung, seperti dibidang pemasaran dan perencanaan dan juga direksi yang dibantu oleh para pemimpin bidang untuk mengimplementasikan rumusan strategi yang telah dibuat dan memantau program pelaksanaan pada level cabang atau unit secara intensif.

b. Di mana implementasi strategi pemasaran dilakukan.

Pelaksanaan strategi pemasaran ini harus ditentukan oleh unit, dimana dalam program strategi pemasaran yang cocok untuk dilakukan oleh lembaga keuangan untuk menentukan tempat yang sesuai dengan peran dan fungsi masing-masing agar efektif dan efisien dan berjalan sesuai dengan rencana.

c. Kapan implementasi strategi pemasaran dilakukan.

Pelaksanaan penerapan dengan harus memiliki time line yang jelas dan terperinci sehingga setiap proses yang akan dilakukan oleh marketing dan dmentoring serta dapat diukur.

---

<sup>43</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), 143-144

d. Apa yang harus dilakukan.

Bidang marketing harus merancang anggaran, prosedur dan infrastruktur yang diperlukan agar bisa mewujudkan yang sudah dirumuskan dalam strategi pemasaran.

e. Bagaimana sumber daya manusia yang bertanggung jawab terhadap implementasi.

Pihak manajemen harus mampu mengelolah, memberdayakan dan mengendalikan para bidang-bidang yang sudah terlibat dalam pengimplementasian strategi pemasaran.

5. Pengendalian implementasi strategi pemasaran

Dalam pengendalian implementasi strategi pemasaran dapat dibedakan menjadi:

- a. Pengendalian dengan menilai performa yang telah dicapai dan melakukan tindakan korektif jika itu diperlukan.
- b. Pengendalian kemampuan pencapaian sasaran pemasaran.
- c. Pengendalian efisiensi dengan memperbaiki perangkat dan disiplin dalam anggaran pemasaran.

Pengendalian implementasi strategi pemasaran ini melalui pengujian berkala untuk mengetahui apakah strategi pemasaran lembaga keuangan sudah sesuai dengan peluang yang ada.<sup>44</sup> karena persaingan yang sudah mulai ketat

---

<sup>44</sup> Ibid, 145





## BAB III

### IMPLEMENTASI DAN STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH* DI BMT MANDIRI SEJAHTERA CABANG BABAT LAMONGAN

#### A. Gambaran Umum KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan

##### 1. Profil Perusahaan BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan

BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur merupakan kantor pusat dari BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan. Sejarah berdirinya BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur yang terletak di Jl. Raya Pasar Kliwon Karangcangkring – Dukun – Gresik.

Koperasi BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur ini yang berawal dari pendirian BMT Kube Sejahtera unit 023 berdiri pada tanggal 03 April 2005 dan merupakan lembaga keuangan syariah yang menggabungkan dua bidang keuangan yaitu *Baitul mal* dan *Baitul Tamwil*. Koperasi BMT Kube Sejahtera Unit 023 merupakan suatu lembaga non-bank yang berbadan hukum koperasi serta merupakan program binaan Direktorat BSFM Dirjen Banjamsos DEPSOS RI dan bekerjasama dengan PINBUK. Dengan modal awal sebesar Rp. 125.000.000,- (Hibah Depsos) dan pada tahun 2005 ada tambahan modal sebesar Rp. 22.000.000,- (pendiri) yang disalurkan kepada

10 KUBE (Kelompok Usaha Bersama) yang memiliki 38 orang anggota pada saat awal berdiri. Dan pada tahun 2006 mulai berbadan Hukum Wilayah Kabupaten Gresik dengan No. 03.BH/403.62/VI/2006 tanggal 13 Juni 2006. Dan pada tanggal 20 Oktober 2011 beralih bina Provinsi Jawa Timur dengan nama BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur (P2T/39/09.X/2011).<sup>45</sup>

Sejarah berdirinya BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan ini di latar belakang oleh keprihatian masyarakat sekitar akan adanya praktik riba di pasar dan Bank konvensional di sekitarnya. Praktik riba terjadi akibat banyaknya pedagang pasar dan masyarakat meminjam modal usaha kepada rentenir sehingga muncul praktik riba di pasar.<sup>46</sup>

Dengan melihat peristiwa tersebut maka dibangunnya lembaga keuangan syariah yang bernama BMT Mandiri Sejahtera yang terletak di Jl. Raya Pasar Babat – Babat – Lamongan dengan harapan mempermudah pedagang pasar maupun masyarakat sekitar dalam mendapatkan tambahan modal sekaligus membiayai mikro setempat. Munculnya BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan ini mendapatkan respon yang positif dari pasar dan masyarakat sekitar. Masyarakat sekitar tidak merasa khawatir dan merasa tenang dengan adanya lembaga keuangan syariah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan karena pedagang pasar dan masyarakat sekitar tidak akan terjerat dengan riba dari rentenir maupun bank konvensional.

---

<sup>45</sup> Dokumen KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.

<sup>46</sup> Imam Baihaqi, Manager Cabang BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, *Wawancara*, Kantor BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, pada tanggal 20 Mei 2019.

## 2. Visi, Misi dan Nilai – Nilai BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan

Adapun visi, misi dan nilai – nilai BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur Cabang Babat Lamongan yaitu:<sup>47</sup>

- a. Visi BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan adalah menjadi keuangan mikro syariah yang sehat, berkembang dan terpercaya yang mampu melayani anggota masyarakat sekitar berkehidupan salam, penuh keselamatan, kedamaian dan kesejahteraan.
- b. Misi BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan adalah mengembangkan BMT Mandiri Sejahtera sebagai sarana gerakan pemberdayaan dan keadilan sehingga terwujud kualitas masyarakat di sekitar BMT Mandiri Sejahtera yang salam, penuh keselamatan, kedamaian dan kesejahteraan.
- c. Nilai – nilai BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan adalah aman dan terhindar dari riba.

## 3. Struktur Organisasi BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan

Struktur organisasi yang ada di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan tahun 2014-2016 yaitu:

- a. Manager : Hasan Tri Susanti
- b. Administrasi : Elok Tri Susanti
- c. Account Officer : Novia Evi Setyarini

<sup>47</sup> <http://www.bmtmandirisejahtera.com/visi-misi>, diakses pada tanggal 16 Mei 2019.

Kemudian pada tahun 2016 - sekarang terjadi perubahan struktur organisasi yaitu:

- a. Manager : Imam Baihaqi
- b. Administrasi : Elok Tri Susanti
- c. Kasir : Eka Sisa Ary Mutiara
- d. Account Officer : Novia Evi Setyarini dan Fuadul Ibad.<sup>48</sup>

Lembaga keuangan syariah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat ini berdiri pada tanggal 06 April 2014 dengan lokasi di Jl. Raya Pasar Babat – Babat – Lamongan dengan Kepala Cabang Hasan Hasbullah S.Pd. BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur Cabang Babat ini memiliki tempat yang sangat strategis karena berada di pusat perputaran uang daerah Babat yang berupa pasar tradisional dan jalan raya yang menghubungkan antara wilayah Babat dengan Jombang, wilayah Babat dengan Bojonegoro, wilayah Babat dengan Tuban dan wilayah Babat dengan Lamongan.<sup>49</sup>

#### 4. Produk – produk BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan

Produk–produk penyaluran dana di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat lamongan ini ada berbagai macam produknya. BMT Mandiri Sejahtera memiliki produk – produk pembiayaan untuk meningkatkan jumlah nasabah. Sehingga BMT Mandiri Sejahtera yang berperan sebagai lembaga keuangan syariah yang memiliki fungsi yang sama seperti perbankan syariah yaitu dengan melayani pembiayaan berbasis syariah adapun produk pembiayaan

<sup>48</sup> Dokumen KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.

<sup>49</sup> Imam Baihaqi, Manager Cabang BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, *Wawancara*, Kantor BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, pada tanggal 20 Mei 2019.

syariah di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan sebagai berikut:<sup>50</sup>

a. *Rahn* (Gadai)

*Rahn* yang artinya gadai merupakan akad untuk menahan salah satu harta atau barang milik peminjam sebagai jaminan atas peminjaman yang telah diterimanya oleh nasabah dan barang yang sebagai jaminan harus mempunyai nilai ekonomis, sehingga pihak BMT bisa memiliki kepastian pembayaran, pembiayaan rahn di BMT Mandiri Cabang Babat Lamongan terdiri dari dua akad yakni akad *qard* dan akad *ijārah* dan bentuk pencairannya berupa uang tunai.<sup>51</sup>

b. *Hiwalah* (Pengalihan Hutang)

*Hiwalah* (Pengalihan Hutang) merupakan pembiayaan yang dilakukan dengan cara pengalihan hutang dengan catatan calon nasabah atau nasabah mengajukan pengalihan hutangnya dari bank atau instansi kepada BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur.

c. *Mudharabah*

*Mudharabah* bentuk kerjasama antara dua orang atau lebih, di mana ada salah satu orang maupun lembaga yang memiliki modal (*sāhibul al-mal*) mempercayakan modalnya kepada orang yang berperan sebagai pengelola (*mudharib*) dengan syarat keuntungan dibagi dua yang sudah disesuaikan dengan perjanjian di awal. Dengan akad ini adanya kerjasama

<sup>50</sup> Ibid.

<sup>51</sup> <http://www.bmtmandirisejahtera.com/>, diakses pada tanggal 16 Mei 2019.

antara *sāhibul al-mal* mempercayai keahliannya kepada *mudharib* untuk mengelolah sebuah usaha yang akan dilakukan oleh *mudharib*.

d. *Musyarakah*

*Musyarakah* di mana akad atau perjanjian kerjasama yang dilakukan antara dua pihak atau lebih dengan jumlah modal yang tidak sama dan keuntungan dan kerugian dibagi sama atau atas dasar proporsi modal. *Musyarakah* dapat digunakan pembiayaan modal kerja dan juga pembiayaan jangka pendek, seperti contoh praktik pembiayaan *musyarakah* seseorang membutuhkan modal sebesar Rp. 100.000.000., sementara dia hanya mempunyai modal Rp. 40.000.000. maka dia dapat mengajukan pembiayaan penambahan modal kerja kepada pihak BMT sebesar Rp. 60.000.000, atas permohonan calon nasabah tersebut BMT akan memberikan tambahan modal sebesar Rp. 60.000.000 yang dijadikan penyertaan BMT dalam proyek tersebut dengan menggunakan bagi hasil, yang sudah disepakati nisbah bagi hasil adalah 40% untuk pengusaha dan 60% untuk BMT.<sup>52</sup>

e. *Murābahah*

Pembiayaan *murābahah* jual beli barang dengan harga diketahui oleh kedua pihak yang bertransaksi yaitu penjual dan pembeli dengan pengambilan keuntungan yang juga diketahui oleh keduanya jika jenis angsuran tahunan maka keuntungan yang diambil BMT Mandiri

---

<sup>52</sup> Imam Baihaqi, Manager Cabang BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, *Wawancara*, Kantor BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, pada tanggal 30 Mei 2019.

Sejahtera adalah 20% per jangka waktu tahunan dan jika yang diambil jenis angsuran musiman maka keuntungan yang diambil adalah 2,25% perbulan. Seperti contoh BMT menjelaskan kepada calon nasabah tentang berapa modal untuk membeli suatu barang dengan harga Rp. 1.000.000, selanjutnya pihak BMT akan menjelaskan kepada calon nasabah bahwa BMT akan mengambil keuntungan sebesar 20% per jangka waktu yang dipinjam. Jika nasabah mengambil jangka waktu 1 tahun, apabila nasabah sepakat maka harga jual yang ditransaksikan adalah Rp. 1.200.000 jika pihak BMT dan calon nasabah sepakat maka akan dilanjutkan dengan kesepakatan berikutnya yaitu tentang tata cara pembayarannya apakah dengan cara tunai, atau dengan cara diangsur.<sup>53</sup>

Pada pembiayaan *murābahah* yang ada di BMT Mandiri Sejahtera, ada dua jenis pembiayaan *murābahah* yang diterapkan yaitu pembiayaan *murābahah* konsumtif dan produktif:

- a. *Murābahah* konsumtif merupakan dimana pihak lembaga keuangan syariah akan membeli barang yang dibutuhkan nasabah untuk memenuhi kebutuhan sekunder.
- b. *Murābahah* produktif merupakan pembelian barang untuk keperluan usaha nasabah yang dimana nasabah mengajukan pembiayaan untuk keperluan usahanya yang nantinya akan menghasilkan pendapatan untuk nasabah. Nasabah mengajukan pembiayaan *murābahah*

<sup>53</sup> Imam Baihaqi, Manager Cabang BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, *Wawancara*, Kantor BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, pada tanggal 30 Mei 2019.



produktif guna untuk meningkatkan usahanya. Dalam pembiayaan *murābahah* produktif BMT Mandiri Sejahtera memberikan modal kepada nasabah dalam bentuk barang yang akan diperlukan.<sup>54</sup>

## B. Implementasi Pembiayaan *Murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan

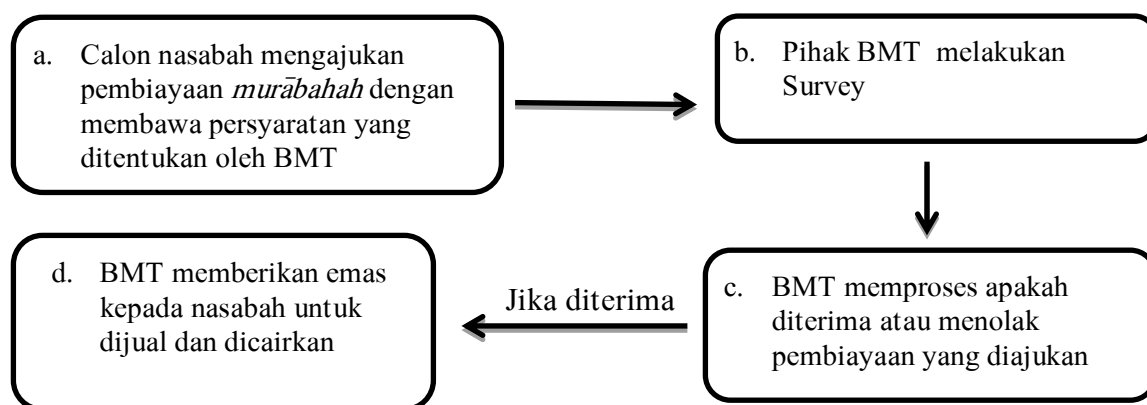
### Lamongan

#### 1. Prosedur pengajuan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan

Pada prosedur pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera ini yang ditujukan pada nasabah apabila pihak nasabah membutuhkan modal dan mengajukan pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera maka dalam pencairannya nasabah akan di berikan seongkah emas yang senilai dengan dana yang dibutuhkan oleh nasabah sebagai pengganti uang, dengan alur pengajuan pembiayaan sebagai berikut:<sup>55</sup>

Gambar 3.1

#### Proses Pengajuan Pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera



<sup>54</sup> Imam Baihaqi, Manager Cabang BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, *Wawancara*, Kantor BMT Mandiri Cabang Babat Lamongan, pada tanggal 20 Mei 2019.

<sup>55</sup> Imam Baihaqi, Manager Cabang BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, *Wawancara*, Kantor BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, pada tanggal 2 juni 2019.

Pada gambar di atas adalah proses pengajuan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera dengan sebagai berikut:

- a. Calon nasabah mendatangi kantor BMT Mandiri Sejahtera untuk mengajukan pembiayaan *murābahah* dengan membawa persyaratan yang sudah ditentukan yaitu Nasabah membawa persyaratan seperti foto copy KTP dan Kartu Keluarga yang masih berlaku dan membawa foto copy STNK dan BPKB sebagai jaminannya jika nasabah mengajukan pembiayaan yang di atas Rp 10.000.000 maka jaminan yang harus dipakai adalah sertifikat tanah.
- b. Pihak BMT Mandiri Sejahtera atau AO (*account officer*) melakukan survei kepada calon nasabah yang melakukan pembiayaan *murābahah* tersebut, dan sebagai persyaratan muntuk diterima atau tidak pengajuan pembiayaan *murābahah* tersebut. Pada ketentuan BMT atau AO menyatakan layak atau tidaknya calon nasabah tersebut untuk diterima itu dari:
  - 1) Jujur, pada hal ini AO melihat dari sifat calon nasabah yang mana itu adalah menjadikan kunci diterima atau tidaknya pembiayaan tersebut
  - 2) Dari penghasilan calon nasabah, yang mana AO akan melihat dari penghasilan nasabah seperti petani Desa Centini yang mana panennya petani sudah jelas akan hasil yang dipanen

- 3) Kemampuan nasabah untuk membayar, pada dasarnya petani Desa Centini mengambil angsuran musiman sehingga setiap bulan hanya membayar keuntungan yang sudah disepakati oleh BMT namun pada panen petani akan melunasinya .
  - 4) Laporan keuangan usaha, bisa dilihat dari laporan keuangan panen yang petani miliki
  - 5) Apakah calon nasabah mempunyai hutang pada bank maupun lembaga keuangan syariah lain, jika petani yang melakukan pembiayaan itu mempunyai hutang di beberapa bank maka AO tidak bisa menerima pembiayaan tersebut karena bisa dianggap nasabah petani tidak bisa membayarnya.
- c. Setelah pihak BMT atau AO (*account officer*) melakukan survei maka akan diprosesnya pengajuan pembiayaan *murābahah* calon nasabah tersebut apakah diterima atau ditolak, jika diterima maka,
- d. Nasabah akan ditelpon dan disuruh datang ketempat BMT untuk mengambil pencairan yang nasabah ajukan. Jika pengajuan pembiayaan *murābahah* ini dibawah Rp. 10.000.000 maka pencairannya dalam bentuk sebungkah emas yang sesuai dengan nilai yang diajukan oleh nasabah, dan nasabah tersebut akan menjual emas tersebut untuk dijadikan uang. Namun jika pengajuan di atas Rp. 10.000.000 maka akan dibelikan barang dan ditambah dengan uang muka yang dimiliki oleh nasabah.

Setelah seluruh langkah-langkah yang dijalani prosedur pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera sudah berjalan dengan baik maka akan dianalisisnya oleh AO untuk menentukan layak atau tidaknya calon nasabah tersebut itu diterima. Apabila sudah diterima pengajuan pembiayaan nasabah tersebut, maka akan dilanjutkan dengan akad yang menerangkan transaksi jual beli barang dengan menegaskan harga belinya barang yang diperoleh BMT kepada nasabah dan pihak nasabah membayarnya dengan harga lebih kepada BMT baik itu membayarnya dengan secara tunai maupun diangsur serta menerangkan keuntungan yang diperoleh BMT Mandiri Sejahtera kepada nasabah.

Pada pengajuan pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera dengan jumlah pengajuan pembiayaan maka dalam pencairannya tidak akan terealisasi semua melainkan 60-80% yang akan terealisasi. Bagusnya transparansi keuntungan yang diambil oleh BMT kepada nasabah sehingga minatnya petani Desa Centini untuk melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera.

## 2. Implementasi pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan

Pada pembiayaan *murābahah* yang telah diimplementasikan oleh BMT Mandiri Sejahtera dengan nasabah yang mana nasabah dari petani Desa Centini mengajukan pembiayaan *murābahah* dengan pembelian barang untuk permodalan pertaniannya. Nasabah petani Desa Centini menggunakan jenis pembiayaan *murābahah* produktif dan konsumtif karena petani merasakan

kemudahan dalam pembelian barang, seperti halnya barang yang telah petani beli dengan menggunakan pembiayaan *murābahah* sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Pembelian barang menggunakan jenis pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri  
Sejahtera

No	Nama	Bentuk barang pembiayaan <i>murābahah</i>	Jenis pembiayaan <i>murābahah</i>
1	Sunandar	Traktor	<i>murābahah</i> produktif
2	Umrikan	Traktor	<i>murābahah</i> produktif
3	Marwan	Bibit ikan dan pupuk	<i>murābahah</i> konsumtif
4	Kastamen	Bibit padi dan pupuk serta obat pertanian	<i>murābahah</i> konsumtif
5	Darnawi	Bibit padi dan pupuk serta obat pertanian	<i>murābahah</i> konsumtif

Pada tabel di atas merupakan nasabah petani Desa Centini yang melakukan pembiayaan *murābahah* dengan menggunakan jenisnya yaitu produktif dan konsumtif yang mana Sunandar dan Umrikan menggunakan *murābahah* produktif dengan pembelian traktor guna untuk dibuat usaha membajak sawah di Desa Centini karena sedikitnya orang yang menggunakan traktor ketika membajak sawah. Sedangkan Marwan, Kastamen dan Darnawi menggunakan *murābahah* konsumtif guna untuk pembelian bibit, pupuk dan obat-obat pertanian karena butuhnya modal pertanian untuk melakukan penanaman padi. Adapun pengajuan pembiayaan *murābahah* yang diajukannya pembelian barang maupun bentuk uang yang dilakukan

oleh petani Desa Centini dengan jangka waktu yang diajukan beserta angsuran perbulannya yang harus dibayar oleh petani Desa Centini. Seperti halnya sebagai berikut:

Tabel 3.2  
pengajuan pembiayaan *murābahah* nasabah petani Desa Centini kepada BMT  
Mandiri Sejahtera

No	Nama	Pengajuan pembiayaan	Realisasi pembiayaan	Jatuh tempo	Angsuran perbulan
1	Sunandar	Rp. 27.100.000	Rp. 20.100.000	2 tahun	Rp 1.005.000
2	Umrikan	Rp. 27.400.000	Rp. 20.400.000	2 tahun	Rp 1.020.000
3	Marwan	Rp. 10.000.000	Rp. 6.000.000	6 bulan	Rp 22.500
4	Kastamen	Rp. 10.000.000	Rp. 6.000.000	6 bulan	Rp 22.500
5	Darnawi	Rp. 10.000.000	Rp. 6.000.000	6 bulan	Rp 22.500

Dari pernyataan tabel di atas nasabah petani Desa Centini telah mengajukan pembiayaan *murābahah* dengan bentuk barang traktor dan dalam bentuk uang untuk pembelian bibit ikan, padi dan juga pupuk namun terealisasi pembiayaan yang diberikan BMT hanya 60% - 80% untuk menambah modal dalam pembelian barang pertanian dengan angsuran yang baik itu tahunan maupun musiman yang di ambil oleh nasabah untuk melunasi hutangnya kepada BMT Mandiri Sejahtera.

## C. Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murābahah* bagi Petani Desa Centini Di BMT

### Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan

#### 1. Strategi Pemasaran BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan

Dalam menjalankan usahanya, BMT Mandiri Sejahtera memiliki strategi pemasaran dalam mencari jumlah nasabah, dengan memiliki strategi pemasaran yang baik maka akan menarik calon nasabah yang baru dan juga meningkatnya jumlah nasabah yang ada di BMT Mandiri Sejahtera. BMT Mandiri sejahtera memiliki dua sistem strategi pemasaran yaitu:

- a. Pembagian brosur kepada masyarakat di depan kantor BMT tersebut serta menjelaskan adanya produk – produk yang ada.
- b. memasarkan dengan secara lisan atau berinteraksi langsung dengan masyarakat sekitar terutama yang ada di lingkungan BMT Mandiri Sejahtera.

Gambar 3.2

Brosur BMT Mandiri Sejahtera



Gambar 3.2 merupakan gambar dari brosur BMT Mandiri Sejahtera yang digunakan pegawai dalam memasarkan produk dengan cara membagikan dan menjelaskan mengenai produk yang ada di BMT tersebut. Penyebaran brosur ini ditujukan kepada masyarakat dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk dan tata cara melakukan pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera. Keunggulan dari brosur BMT Mandiri Sejahtera ini adalah lengkapnya produk simpanan dan pembiayaan yang tertera di gambar brosur yang di miliki BMT Mandiri Sejahtera dan persyaratan apa aja yang harus dibawah ketika melakukan pembiayaan sehingga membuat masyarakat tidak lagi bertanya ke tempat BMT tersebut karena sudah ada di brosur. Adapun pemasaran yang kedua dengan secara lisan maupun berinteraksi kepada perorangan seperti pada gambar di bawah ini.

Gambar 3.3  
Kegiatan Pemasaran Pegawai BMT Mandiri Sejahtera





Gambar 3.3 menunjukkan pegawai BMT Mandiri Sejahtera memasarkan produk–produknya dengan secara lisan kepada pedagang yang ada di pasar karena warga pedagang pasar masih minimnya pengetahuan tentang produk–produk yang ada di BMT Mandiri Sejahtera. Dari dua sistem strategi pemasaran tersebut dilakukan dengan tujuan agar masyarakat lebih mengenal BMT Mandiri Sejahtera dan produk yang ditawarkan serta profitnya.

Pegawai BMT Mandiri Sejahtera juga biasanya memasarkan produknya ketika pihak BMT melakukan penagihan kepada nasabah dengan pengenalan produk yang ada dan juga sikap yang harus dikeluarkan oleh pegawai untuk menarik nasabah. Seperti ketika pegawai mengenalkan dan menjelaskan produk–produk yang ada dan berlanjut meyakinkannya dengan cara komunikasi lewat telepon.<sup>56</sup>

Dalam hal ini BMT Mandiri Sejahtera sendiri memberikan target pemasaran produknya kepada kalangan pedagang yang ada di wilayah pasar tersebut, dengan pertimbangan produk–produk yang ada di BMT tersebut dirasa sesuai diperuntukan untuk kalangan pemilik usaha kecil menengah, sehingga memudahkan pedagang untuk memulai usaha yang diinginkan. Namun jika pemasaran produk untuk para pedagang sudah memenuhi target maka pihak BMT Mandiri Sejahtera akan mengembangkan pemasaran produknya untuk kalangan petani yang ada di desa, sehingga bisa membantu petani yang akan melakukan usaha pertanian yang masih mengalami

---

<sup>56</sup> Novia Evi Setyarini, Account Officier, BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, *Wawancara*, Kantor BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, pada tanggal 31 Mei 2019



dengan cara mengangsur petani ini menggunakan angsuran bulanan namun pada musim panen petani biasanya akan melunasinya.<sup>59</sup> Dalam hal ini ada beberapa petani yang ada di Desa Centini melakukan pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera.

Dari hal tersebut petani Desa Centini yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera ini adanya peningkatan dari tahun ketahun jumlah nasabah petani Desa Centini yang melakukan pembiayaan *murābahah*, adapun peningkatan nasabah petani Desa Centini ini dapat dibuktikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3  
Jumlah nasabah petani Desa Centini pembiayaan *murābahah* tahun 2016-2018<sup>60</sup>

Tahun	Jumlah nasabah petani Desa Centini
2016	1
2017	1
2018	3
<b>Total</b>	5

Pada tabel di atas menunjukkan peningkatan nasabah petani Desa Centini yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera pada tiga periode yaitu tahun 2016 hingga 2018 pada tahun 2018 yang mana merupakan peningkatan dari petani Desa Centini yang melakukan pembiayaan *murābahah*

<sup>59</sup> Ibid.

<sup>60</sup> Ibid.

dapat dilihat dari tahun 2016 hanya ada 1 petani yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT selanjutnya ditahun 2017 juga hanya 1 petani yang melakukan pembiayaan namun pada tahun 2018 ada 3 petani yang melakukan pembiayaan *murābahah* sehingga pada tahun 2018 adalah tahun peningkatan nasabah petani Desa Centini melakukan pembiayaan *murābahah* hal ini disebabkan karena ketidak tahunya petani Desa Centini adanya BMT dan serta produk-produk yang dimiliki sehingga hanya lima (5) orang tersebut yang mengetahui dengan adanya dari brosur serta dari saudara. dengan mendapatkan informasi adanya BMT Mandiri Sejahtera pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.4

Sumber informasi nasabah petani Desa Centini mengenai BMT Mandiri Sejahtera  
Karangcangkring Jawa Timur Cabang Babat Lamongan

No	Nama	Jenis pembiayaan	Sumber informasi adanya BMT			
			Brosur	Percakapan orang ke orang	Orang lain	Lain-lain
1	Sunandar	<i>murābahah</i> produktif	✓			
2	Umrikan	<i>murābahah</i> produktif			✓	
3	Marwan	<i>murābahah</i> konsumtif			✓	
4	Kastamen	<i>murābahah</i> konsumtif			✓	
5	Darnawi	<i>murābahah</i> konsumtif				✓

Pada tabel di atas pengklasifikasian pembiayaan *murābahah* yang telah dilakukan oleh nasabah petani Desa Centini rata – rata mendapatkan informasinya melalui saudaranya yang sudah menjadi nasabah di BMT Mandiri Sejahtera.

Sehingga belum meratanya pemasaran yang dilakukan oleh BMT Mandiri Sejahtera sehingga banyaknya petani Desa Centini yang masih belum mengetahui adanya BMT dan produk-produknya. Lima (5) petani desa Centini yang mengerti dan mengetahui adanya BMT dengan alasan melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5

alasan nasabah petani Desa Centini melakukan pembiayaan *murābahah* BMT Mandiri Sejahtera pada tabel sebagai berikut:

No	Nama	Alasan petani melakukan pembiayaan <i>murābahah</i> di BMT
1	Sunandar	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. BMT Mandiri Sejahtera dapat dipercaya</li> <li>2. Bebas dari riba</li> </ol>
2	Umrikan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Etika</li> <li>2. Pemasaran yang sopan</li> <li>3. Ramah</li> </ol>
3	Marwan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat dipercaya</li> <li>2. Bebas dari riba</li> </ol>
4	Kastamen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bebas dari riba</li> <li>2. Jelas akadnya</li> <li>3. Transparasi keuntungan yang diberikan kepada nasabahnya</li> </ol>
5	Darnawi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak adanya riba</li> <li>2. Jelas akadnya</li> <li>3. Transparasi keuntungan yang diberikan kepada nasabahnya</li> </ol>

Dari pernyataan di atas nasabah petani Desa Centini yang melakukan pembiayaan *murābahah* dengan alasan bebasnya riba, aman, jelas akadnya serta jelas perhitungan keuntungan juga pemasarannya yang sopan dan

ramah. Dalam hal ini pengklasifikasian pembiayaan *murābahah* yang telah dilakukan oleh nasabah petani Desa Centini rata – rata menghindar dari riba,

Adapun petani yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera telah merasakan manfaatnya dalam mudahnya mencari modal seperti halnya pada petani Desa Centini dengan tabel sebagai berikut:

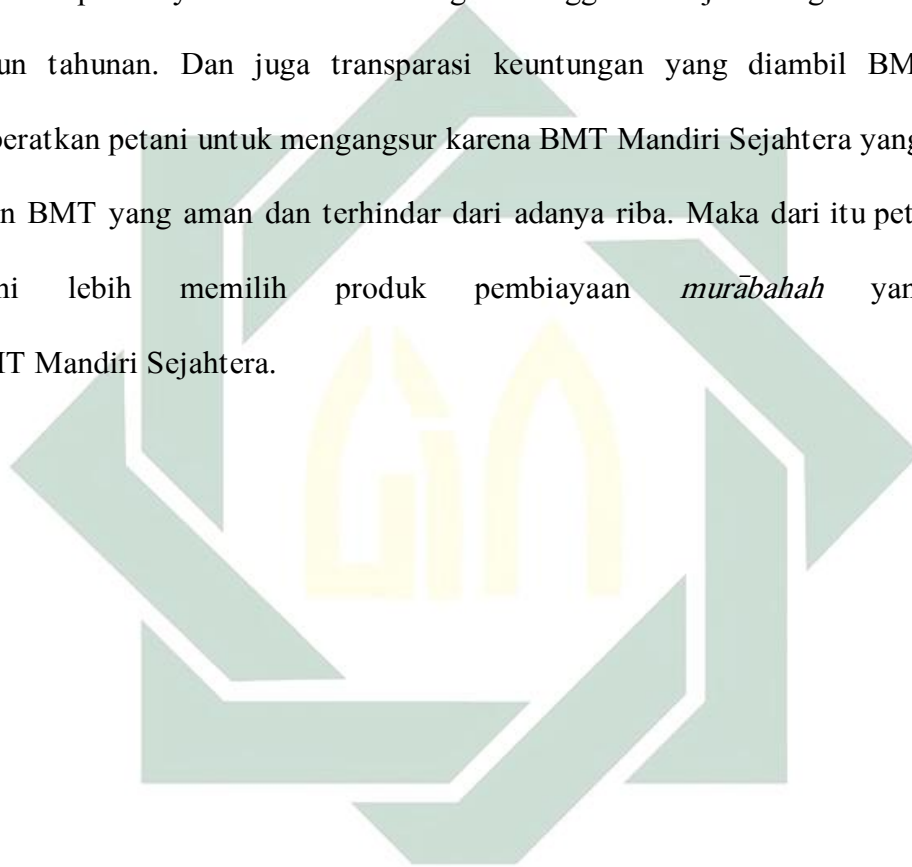
Tabel 3.6

Manfaat pembiayaan *murābahah* bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur Cabang Babat Lamongan

No	Nama	Manfaat pembiayaan <i>murābahah</i> menurut petani
1	Sunandar	1. memudahkan petani untuk pembelian barang 2. pembayarannya bisa diangsur
2	Umrikan	1. Memudahkan petani untuk pembelian barang 2. pembayarannya bisa diangsur
3	Marwan	1. Adanya jenis angsuran Musiman dan tahunan
4	Kastamen	1. Memudahkan petani untuk pembelian barang 2. pembayarannya bisa diangsur
5	Darnawi	1. Memudahkan petani untuk mencari modal dengan pembelian barang

Dalam hal ini para petani Desa Centini memilih mengajukan pembiayaan *murābahah* dibandingkan produk pembiayaan lainnya yang ada di BMT Mandiri Sejahtera karena pembiayaan *murābahah* memudahkan petani untuk membeli barang yang dibutuhkan untuk bertani ketika tidak adanya modal, dan pembiayaan

*murābahah* ini sistem pembayarannya tidak harus langsung dibayar melainkan bisa diangsur karena jenis angsurannya yang memudahkan para petani, ketika petani melakukan pembiayaan *murābahah* dengan menggunakan jenis angsuran musiman maupun tahunan. Dan juga transparansi keuntungan yang diambil BMT tidak memberatkan petani untuk mengangsur karena BMT Mandiri Sejahtera yang dikenal dengan BMT yang aman dan terhindar dari adanya riba. Maka dari itu petani Desa Centini lebih memilih produk pembiayaan *murābahah* yang ada di BMT Mandiri Sejahtera.



## BAB IV

### ANALISIS IMPLEMENTASI DAN STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *MURĀBAHAH* BAGI PETANI DESA CENTINI DI KSPPS BMT MANDIRI SEJAHTERA CABANG BABAT LAMONGAN

#### A. Analisis Implementasi Pembiayaan *Murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan

##### 1. Prosedur pengajuan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan

Dalam prosedur pengajuan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera sudah sesuai dengan teori *murābahah* yang menyangkut mengenai pengajuan pembiayaan *murābahah*. Prosedur yang sudah diterapkan oleh BMT Mandiri Sejahtera dengan melalui tahap-tahapan ketika akan melakukan pembiayaan. Adapun tujuan dengan mengikuti tahap-tahapan tersebut yaitu dapat mempermudah calon nasabah untuk mengajukan pembiayaan *murābahah*, namun disamping itu dalam mengajukan pembiayaan harus membawa persyaratan yang sudah ditentukan oleh BMT Mandiri Sejahtera, dengan itu BMT sudah menetapkan persyaratan yang akan dibawah oleh calon nasabah untuk mengajukan pembiayaan. BMT menetapkan persyaratan kepada calon nasabah guna untuk sebagai jaminan jika sewaktu-waktu nasabah mengalami kemacetan dalam mengangsur



pembiayaannya, karena jika nasabah tidak membayar angsurannya maka jaminan tersebut akan diperlelangkan kepada BMT guna untuk memperlancar angsuran nasabah.

Dalam proses tersebut sudah selesai dilakukan, maka akan dilanjutkan dengan penyurvei tempat calon nasabah pada AO yang mana AO melihat dari 5 kriteria yaitu jujur, melihat dari penghasilan calon nasabah, kemampuan nasabah untuk membayar, laporan keuangan calon nasabah, melihat dari sisi hutang yang dimiliki oleh calon nasabah, dari kriteria ini AO bisa menganalisis calon nasabah untuk bisa mengetahui layak atau tidak pembiayaan tersebut diterima. Karena kriteria ini BMT bisa mendapatkan nasabah yang mempunyai pertanggungjawaban dalam mengangsur pembiayaan yang telah dilakukan oleh nasabah tersebut.

Pada jumlah pengajuan pembiayaan *murābahah* yang diajukan oleh nasabah kepada BMT Mandiri Sejahtera dalam pencairannya tidak akan terealisasi semua karena BMT hanya menambahkan modal yang dimiliki oleh nasabah untuk pembelian barang, namun dalam pencairan yang dilakukan oleh BMT ini menggunakan emas kepada nasabah yang hanya membutuhkan modal dan yang membutuhkan barang maka dalam pencairannya berupa barang yang dibutuhkan oleh nasabah. Seperti halnya nasabah petani yang ada di Desa Centini dengan mengajukan pembiayaan *murābahah* untuk pembelian barang traktor yang digunakan untuk usaha jasa petani untuk membajak sawah.

Dalam hal ini prosedur yang diterapkan oleh BMT Mandiri Sejahtera ini dapat memudahkan calon nasabah khususnya petani Desa Centini, yang mana petani Desa Centini membutuhkan jenis pembiayaan *murābahah* yang ada di BMT Mandiri Sejahtera dengan tujuan pengajuan pembelian barang kepada BMT yang selanjutnya BMT membeli barang di pemasok dan kemudian dijual kembali kepada nasabah yang mengajukan pembelian barang dengan kesepakatan keuntungan dari angsuran yang di ambil oleh BMT kepada nasabah. Sehingga pembiayaan *murābahah* ini memudahkan petani untuk pembelian barang yang dibutuhkan. Selain itu perlu adanya penekanan kepada pihak BMT bahwasanya pembiayaan *murābahah* merupakan salah satu alternatif pembiayaan yang memiliki manfaat bagi semua pihak.

## 2. implementasi pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan

Implementasi pembiayaan yang diterapkan oleh BMT Mandiri Sejahtera sudah menerapkan sesuai dengan prinsip syariah yang sudah dijelaskan didalamnya pembiayaan *murābahah* terdiri dari pembiayaan *murābahah* produktif dan konsumtif. Dengan adanya pembiayaan *murābahah* yang sudah menerapkan konsep *murābahah* tersebut, yang mampu memberikan kemudahan bagi nasabah petani Desa Centini dengan tujuan mendapatkan modal yang digunakan untuk pembelian suatu barang yang terkait dengan bidang pertanian. Namun jumlah pengajuan pembiayaan tersebut tidak semuanya terealisasi melainkan BMT hanya menambahkan

modal petani untuk pengajuan pembelian barang dengan kesepakatan keuntungan dari angsuran pembiayaan yang didapatkan oleh BMT kepada petani. Maka dari itu nasabah petani Desa Centini merasakan kemudahan dan kepuasan dalam menggunakan pembiayaan *murābahah* yang ada di BMT Mandiri Sejahtera.

Dalam hal ini penerapan pembiayaan *murābahah* yang diterapkan oleh BMT Mandiri Sejahtera sudah sesuai dengan teori dan fatwa DSN-MUI No.4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murābahah* yang ada di Bab II. Yang mana pihak BMT sebagai penyedia barang yang diminta oleh nasabah kemudian nasabah membeli barang tersebut dengan kesepakatan harga dengan pembayaran yang akan dilakukan oleh nasabah. Sehingga nasabah bisa membayarnya dengan secara tunai maupun angsuran kemudian kesepakatan keuntungan yang diambil BMT kepada nasabah. Dalam penerapan pembiayaan *murābahah* BMT memiliki dua jenis pembiayaan *murābahah* yaitu produktif dan konsumtif yang memudahkan masyarakat atau warga yang ada di desa-desa untuk mendapatkan modal usaha maupun barang yang dijadikan usaha. maka dari itu BMT Mandiri Sejahtera menekankan pada pembiayaan *murābahah* yang diminati oleh pedagang menengah kebawah maupun petani, khususnya pada petani Desa Centini yang masih minimnya pengetahuan adanya BMT yang memudahkan petani untuk mendapatkan modal usahanya sehingga hanya lima (5) petani Desa Centini yang melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera. Pembiayaan

*murābahah* yang mana ada dua jenis yaitu produktif dan konsumtif ini sudah dimanfaatkan oleh petani Desa Centini dengan pembelian barang traktor untuk usaha jangka panjang dan bibit, pupuk serta obat untuk permodalan usaha pertanian warga Desa Centini tersebut, sehingga dua jenis *murābahah* ini memudahkan petani Desa Centini untuk mendapatkan modal. Dalam hal ini BMT Mandiri Sejahtera agar meningkatkan kualitas dan eksistensi produk pembiayaan khususnya *murābahah*. karena itu BMT Mandiri Sejahtera hendaknya selalu mengetahui pembiayaan *murābahah* yang dibutuhkan oleh nasabah.

#### **B. Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murābahah* bagi Petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan**

Melihat dari aspek kenyataan yang ada, BMT Mandiri Sejahtera menerapkan strategi khusus untuk bisa menarik minat petani Desa Centini, karena minimnya pengetahuan informasi yang dimiliki oleh petani maka banyak di antara mereka yang kekurangan modal untuk keperluan bertani. Hal tersebut bisa menjadi potensi untuk mengembangkan dan memberikan pengertian kepada petani bahwa dengan adanya produk yang ditawarkan dengan strategi yang tepat bisa mengatasi permasalahan modal yang petani hadapi.

##### **1. Strategi pemasaran BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur cabang Babat Lamongan**

Pada pelaksanaan strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT Mandiri Sejahtera belum menerapkan pada teori strategi pemasaran, di mana

strategi pemasaran ini terdiri dari variabel-variabel yang penting untuk menjadi patokan dalam memasarkan produk. Adapun variabel dalam pemasaran tersebut terdiri dari strategi dan taktik yang di mana variabel tersebut meliputi:

a. Strategi

Penerapan dari strategi yang dilakukan oleh BMT Mandiri Sejahtera kepada petani Desa Centini ini masih kurang sesuai yang mana dalam strategi ini petani masih belum mengertinya adanya produk pembiayaan *murābahah* yang memudahkan petani Desa Centini mencari modal untuk bertani, adapun dalam mengembangkan strategi ini bisa dilihat dari sisi *segmentasi pasar, targeting* dan *positioning*.

1) *Segmentasi pasar*

BMT Mandiri Sejahtera ini masih belum melihat potensi pasar yang ada di Desa Centini karena masih sedikitnya petani yang mengetahui adanya BMT yang memudahkan petani. Sehingga BMT ini perlu memasarkan produk pembiayaan yang dibutuhkan oleh petani Desa Centini khususnya pembiayaan *murābahah* karena pembiayaan tersebut memudahkan petani Desa Centini untuk membeli barang yang dibutuhkan untuk bertani.

2) *Targeting*

BMT Mandiri Sejahtera juga masih belum memprioritaskan petani Desa Centini untuk dijadikan target. Pada hal ini bisa dilihat

dari segmentasi pasar yang ada di Desa Centini sangatlah bagus untuk dijadikan target pemasaran produk pembiayaan *murābahah* yang mana biasanya petani melakukan hutang dan membayarnya ketika panen, maka dari itu pembiayaan *murābahah* ini sesuai dengan angsuran jangka pendek yang dilakukan oleh petani.

### 3) *Positioning*

BMT Mandiri Sejahtera juga bisa memposisikan produk yang ada di BMT kepada petani, sehingga petani Desa Centini ketika melakukan pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera diberi saran oleh BMT agar menggunakan produk pembiayaan dengan sesuai kebutuhan pertanian seperti pembiayaan *murābahah* yang memudahkan petani untuk pembelian bibit dan pupuk serta angsuran yang memudahkan petani.

#### b. Taktik

Taktik yang dilakukan oleh BMT Mandiri Sejahtera untuk menarik nasabah petani Desa Centini ini agar mengetahui adanya produk pembiayaan *murābahah* ini masih belum berjalan karena BMT ini yang masih kurangnya kreatifitas dalam segi *Differentiation* dan *marketing mix* yang mana *marketing mix* meliputi 4 P, yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi), sebagai berikut:

### 1) *Differentiation*

Dalam hal ini BMT Mandiri Sejahtera ini masih belum menampakan perbedaan dengan BMT lain yang mana masih kurang kreatif untuk menarik calon nasabah, seperti halnya menarik calon nasabah petani sehingga banyaknya para petani khususnya di Desa Centini yang masih belum bisa membedakan antara BMT Mandiri Sejahtera dengan rentenir karena petani Desa Centini masih menganggap bahwasanya semua mengandung unsur riba.

### 2) *Marketing mix*

#### a) *Product* (produk)

dalam produk yang ada di BMT Mandiri Sejahtera bisa dibidang lengkap dengan adanya berbagai macam produk pembiayaan yang digunakan masyarakat khususnya petani Desa Centini, yang mana petani Desa Centini sudah merasakan tingkat kepuasan dari pembiayaan *murābahah*.

#### b) *Price* (harga)

Harga pada produk pembiayaan yang ada di BMT Mandiri Sejahtera ini memiliki nilai yang kompetitif. Khususnya pada harga produk pembiayaan *murābahah* yang mana petani Desa Centini ketertarikannya untuk menggunakan pembiayaan *murābahah* tersebut karena angsuran yang memudahkan petani dan

keuntungan yang diambil BMT tidaklah banyak dibandingkan rentenir yang mematok harga dengan relative tinggi.

Hal ini sesuai dengan penetapan harga yang sudah disepakati oleh pihak BMT Mandiri Sejahtera dengan petani yang ada di Desa Centini dengan menggunakan pembiayaan *murābahah* guna untuk membeli barang yang dibutuhkan oleh petani. Yang mana sudah sesuai harganya dan tidak memberatkan petani Desa Centini untuk membelinya dan juga harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kualitas produk yang dijual sehingga adil dan tidak ada yang dirugikan.

c) *Place* (tempat)

Pada lokasi BMT Mandiri Sejahtera ini masih sulitnya dijangkau oleh petani Desa Centini karena letak BMT dengan Desa Centini masih lima belas (15) km untuk dijangkau, sehingga minimnya pengetahuan petani Desa Centini adanya BMT Mandiri Sejahtera.

d) *Promotion* (promosi)

Dalam segi promosi produk untuk petani yang ada di desa-desa khususnya Desa Centini ini masih kurang kreatif dalam mempromosikan sehingga nasabah petani Desa Centini hanya mengetahui adanya BMT serta produknya dari saudara maupun temannya maka dari itu BMT mempromosikan produk pembiayaan



khususnya *murābahah* yang memudahkan petani dalam mencari modal untuk bertani.

2. Praktik Strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur cabang Babat Lamongan

Dalam hal ini peneliti menganalisis pada praktik strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani yang mana strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT Mandiri Sejahtera masih belum sesuai dengan teori strategi pemasaran yang mana masih banyaknya para petani Desa Centini yang belum mengetahui adanya BMT Mandiri Sejahtera serta produk-produknya. Namun meningkatnya nasabah petani Desa Centini dari tahun 2016 hingga 2018 karena nasabah petani Desa Centini hanya mendapatkan informasi melalui saudara maupun temannya sehingga kurang kreatifitas BMT dalam memasarkan produk pembiayaan *murābahah* Maka dari itu perlunya strategi pemasaran khususnya dari segi promosi yang kreatif untuk mengenalkan BMT Mandiri Sejahtera kepada petani Desa Centini seperti bekerjasama dengan organisasi yang ada di desa–desa, karena pemasaran tersebut bisa memberi pengetahuan atau sosialisasi kepada petani adanya produk – produk yang ada di BMT tersebut serta kegunaan produknya, sehingga petani Desa Centini adanya ketertarikan untuk melakukan pembiayaan, atau membuka stand di berbagai acara desa, guna untuk pengenalan adanya BMT Mandiri Sejahtera dan mempromosikan produk –

produk yang sesuai dibutuhkan oleh petani Desa Centini, karena lima (5) nasabah petani Desa Centini melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera dengan alasan bahwa BMT yang aman dan bebas dari riba. Sehingga petani Desa Centini yang sudah menjadi nasabah BMT Mandiri Sejahtera telah merasakan tingkat kepuasan dari produk pembiayaan *murābahah* yang ada di BMT tersebut, sehingga petani tidak mengalami kesulitan dalam mendapatkan modal untuk keperluan bertani dan juga petani Desa Centini bisa membangun usahanya, karena pembiayaan *murābahah* merupakan produk yang sangat diminati oleh petani dengan memudahkan petani untuk membeli barang yang dibutuhkan seperti Sunandar dan Umrikan yang melakukan pembelian traktor untuk usaha di Desa Centini, sedangkan Marwan, Kastamen serta Darnawi yang pembiayaan *murābahah* dengan pembelian bibit dan pupuk yang mereka butuhkan untuk bertani.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dari beberapa permasalahan yang sudah disebutkan diatas, maka kesimpulan yang dapat penulis paparkan adalah sebagai berikut:

1. Implementasi pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan sudah sesuai dengan teori dan fatwa DSN-MUI No.4/DSN-MUI/IV/2000 tentang penerapan pembiayaan *murābahah*. Dengan dua jenis pembiayaan *murābahah* yang diterapkan yaitu produktif dan konsumtif, dengan adanya pembiayaan yang sudah disediakan oleh BMT. Sehingga memudahkan warga sekitar maupun warga yang ada di desa khususnya Desa Centini yang memberikan kemudahan bagi lima (5) petani Desa Centini untuk mendapatkan modal dengan pembelian barang traktor untuk usaha jasa dan pembelian bibit, pupuk serta obat pertanian, sehingga BMT memberikan fasilitas kepada petani untuk mendapatkan modal dengan melakukan pembiayaan di BMT dengan tujuan untuk pembelian barang, karena BMT Mandiri Sejahtera memudahkan petani Desa Centini untuk mendapatkan modal dengan pembelian barang mendapatkan keuntungan yang diharapkan oleh petani Desa Centini.

2. Analisis strategi pemasaran pembiayaan *murābahah* bagi petani Desa Centini di BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Jawa Timur cabang Babat Lamongan secara praktik belum sesuai dengan teori strategi pemasaran karena masih banyaknya warga Desa Centini yang belum mengetahui adanya BMT Mandiri Sejahtera yang didalamnya terdapat produk pembiayaan *murābahah* yang memudahkan para petani dalam mendapatkan modal, sehingga hanya lima (5) petani yang melakukan pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera dengan pembiayaan *murābahah* yang digunakan untuk pembelian barang untuk usaha pertaniannya, maka dari itu minimnya pengetahuan yang dimiliki warga Desa Centini mengakibatkan minimnya minat petani melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT Mandiri Sejahtera. Sehingga pelaksanaan strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT belum merata kepada pasar terutama pada petani Desa Centini.

## **B. Saran**

1. Diharapkan kepada pihak BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan untuk meningkatkan kualitas produk pembiayaan *murābahah* yang memudahkan masyarakat sekitar dan warga yang ada di desa-desa untuk menjadikan pilihan utama dalam melakukan pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera.

2. Kemudian diharapkan kepada BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan untuk meningkatkan strategi pemasaran kepada warga yang ada di desa-desa khususnya Desa Centini karena potensi pasar yang ada di desa tersebut sangat besar sehingga warga Desa Centini ini bisa memiliki pengetahuan terkait BMT Mandiri Sejahtera dan produk-produknya. Agar terhindar dari hutang kepada rentenir, sehingga memudahkan warga yang bekerja sebagai petani untuk melakukan pembiayaan *murābahah* di BMT tersebut. Maka dari itu warga di Desa Centini dapat memanfaatkan produk di BMT Mandiri Sejahtera cabang Babat Lamongan untuk menunjang kegiatan usaha dibidang pertanian maupun usaha lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana, *Manajemen Strategi Pemasaran*, .Bandung: Pustaka Setia,2015.
- Asaroh, Nur, *Startegi Penghimpunan Dana Produk Simpanan EL Amanah Dengan Akad Wadi'ah Yad Dhamaah Di BMT Amanah Kendal*. UIN Waslisongo Semarang,2015.
- Asaad, Mhd., Peningkatan Peranan Perbankan Syariah untuk Pembiayaan Usaha Petani, Januari – juni 2011
- Asra, Abuzar, Irawan, Bodro Puguh, Purwoto, Agus, *Metode Penelitian Survei* .Bogor: In Media,2016.
- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. *Manajemen Pemasaran* .Jakarta: PT Rajagrafindo Persada,2016.
- Arifin, Zainul, *Memahami Bank Syariah; Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek* .Jakarta: Alvabet, 2000.
- Al Ahmadi, Afandi. TA *"Analsisis Pembiayaan Murabahah"*, Kudus: 2015.
- Al-Qur'an Kemenag, *Qs. Al-Baqarah*,
- Al-Qur'an Kemenag, *QS. An-Nissa*.
- Bhinadi, Ardito. *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2018.
- Baihaqi, Imam, Manager Cabang BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, *Wawancara*, Kantor BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan,
- Cannon, Joseph P., Perreault William D., McCarthy, Jr, E. Jerome, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, .Jakarta : Selemba Empat,2008.
- Darsono, Sakti,Ali, dkk.,*Perbankan Syariah di Indonesia* .Jakarta: PT Rajagrafindo Persada,2017.

Setyabudi, Ismanto dan Daryanto. *Panduan Praktis Penelitian Ilmiah* .Yogyakarta: Gava Media, 2015.

Dokumen KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.

Darnawi, Petani Desa Centini, Wawancara.

Divisi Pengembangan Produk dan Edukasi, Departemen Perlembaga keuangan Syariah, Otoritas Jasa Keuangan, *Standar Produk Perlembaga keuangan Syariah Murabahah*.

Hakim, Atang Abd., *Fiqh Perbankan Syariah*. Bandung: PT Rafika Aditama, 2011.

Harun, *Fiqh Muamalah*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.

Hayadin, zulkifli, reza Muh. *analisis perbandingan pemberian kredit dan pembiayaan murabahah pada pt. bank mandiri dan pt. bank mandiri syariah di kabupaten mamuju sulawesi barat*, 2016

Kurniawan, Ari. *Muamalah Bisnis Perdagangan Syariah*. Justitia Jurnal Hukum, Volume 1 No.1 April 2017.

Herdiansyah, Haris. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial* .Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2010.

<http://www.bmtmandirisejahtera.com>

Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016.

Ikatan Bankkir, *Mengelolah Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016.

Janwari, Yadi, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat, Sebuah Pengenalan* .Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.

Kastamen, Petani Desa Centini.

Lubis, Aminah .*Aplikasi Murabahah dalam perbankan Syariah*. FITRAH, Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman, Vol. 02 No. 2 Desember 2016.

Larasati, Puspita Pradipta, Fitriyah, Sayyidatul, Widiastuti, Tika dan Berkah ,Dian. *Pembiayaan Syariah Disektor Pertanian: Solusi Permasalahan Riba dalam Perspektif Sosial dan Ekonomi*, 2017.

- Maulida, Sri dan Yunani, Ahmad, *Masalah dan Solusi Model Pengembangan Pembiayaan Pertanian dari Aspek Keuangan Syariah*, 2017.
- Maesyaroh, Diana, *Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto*, 2016.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Muthaher, Osmad, *Akuntansi Perlembaga keuanganan Syari'ah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Marwan, Petani Desa Centini, Wawancara.
- Noviati, Tika, *analisis pengaruh dana pihak ketiga terhadap pembiayaan murabahah pada bank umum syariah di Indonesia*, 2016.
- Rusby, Zulkifli, Hamzah, Zulfadli, Hamzah, "Analisa Permasalahan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) melalui Pendekatan Analytical Network Process (ANP)". *Jurnal Al-Hikmah* Vol.13, No. 1, April 2016 ISSN 1412-5382, Universitas Islam Riau.
- Saragih, Hafiz, Faoeza, *Pembiayaan Syariah sektor Pertanian*, 2017
- Simamora, Bilson, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka, Anggota IKAPI, 2001.
- Setyarini, Novia Evi, Account Officier, BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan, *Wawancara*, Kantor BMT Mandiri Sejahtera Cabang Babat Lamongan.
- Sunandar, Petani Desa Centini, Wawancara.
- Usmara, Usi. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta, 2008.
- Umrikan, Petani Desa Centini.