

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN
PEMBIAYAAN PERSPEKTIF *SYARIAH MARKETING*
STUDI PADA BMT AL-‘IZZAH KANTOR PUSAT
NGORO MOJOKERTO**

SKRIPSI

**Oleh
AMELIA ROSA
NIM: 08020421044**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2025**

PERNYATAAN

Saya, Amelia Rosa, 08020421044, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 31 Desember 2024



Amelia Rosa

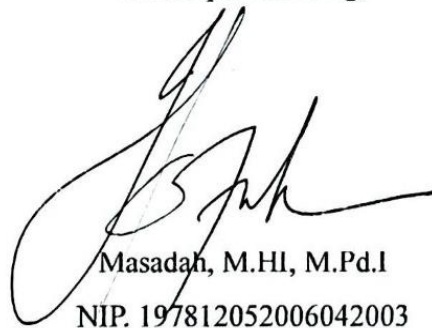
NIM. 08020421044

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 28 Desember 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Masadah', written over a faint, light blue circular stamp.

Masadah, M.HI, M.Pd.I

NIP. 197812052006042003

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PEMBIAYAAN PERSPEKTIF SYARIAH MARKETING STUDI PADA BMT AL-'IZZAH KANTOR PUSAT NGORO MOJOKERTO

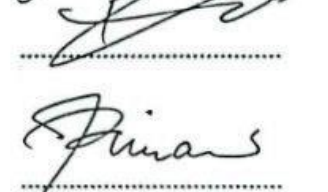
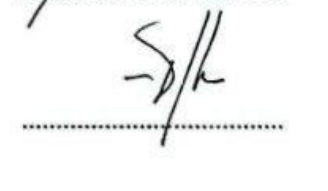
Oleh
Amelia Rosa
NIM: 08020421044

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
Tanggal 06 Januari 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
Diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Masadah, M.HI, M.Pd.I
NIP. 197812052006042003
(Penguji 1)
2. Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I
NIP. 198509042019031005
(Penguji 2)
3. Fatikul Himami, M.E.I
NIP. 198009232009121002
(Penguji 3)
4. Ahmadun Najah, M.HI
NIP. 197709152005011004
(Penguji 4)

Tanda Tangan:


.....

.....

.....

.....



Surabaya, 13 Januari 2025

Dekan,

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@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 : Amelia Rosa
NIM : 08020421044
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : amlrsaaa12@gmail.com

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

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PEMBIAYAAN PERSPEKTIF

SYARIAH MARKETING STUDI PADA BMT AL-'IZZAH

KANTOR PUSAT NGORO MOJOKERTO

beserta 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, 22 Januari 2025

Penulis

(Amelia Rosa)

ABSTRAK

Indonesia didominasi oleh masyarakat kelas menengah ke bawah, sehingga keberadaan lembaga keuangan sejenis BMT menjadi sangat relevan bagi kebutuhan mereka. Kondisi ini mendorong persaingan yang semakin ketat di antara lembaga keuangan syariah (LKS) lainnya. Untuk dapat bertahan dalam persaingan tersebut, setiap LKS harus memiliki strategi yang tepat dan efektif, salah satunya adalah melalui penerapan strategi pemasaran syariah yang dinilai nasabah lebih unggul. Strategi pemasaran syariah adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan bagi lembaga tersebut tanpa melanggar prinsip-prinsip syariah.

KSPPS BMT Al-'Izzah Kantor Pusat Ngoro Mojokerto merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan pembiayaan di BMT Al-'Izzah serta implementasi *syariah marketing* dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan pembiayaan di BMT Al-'Izzah. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh informasi yang relevan. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi dan kuisioner.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan di BMT Al-'Izzah adalah dengan menerapkan nilai-nilai yang ada pada karakteristik pemasar syariah yang terdiri dari teistis (*rabbaniyah*), etis (*akhlaqiyyah*), realistis (*al-waqi'iyah*) dan humanistis (*insaniyyah*). Sehingga dari penerapan nilai-nilai tersebut berdampak pada peningkatan pembiayaan yang disalurkan di BMT AL-'Izzah. Namun, masih perlu pemaksimalan untuk kegiatan survey margin dan implementasi pada nilai realistis (*al-waqi'iyah*).

Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada BMT Al-'Izzah Kantor Pusat Ngoro Mojokerto agar meningkatkan strategi pemasaran dengan memperluas jaringan calon nasabah dan menguasai survey pasar agar tidak tertinggal dengan lembaga keuangan syariah lainnya maupun perbankan konvensional.

Kata kunci: strategi pemasaran, peningkatan pembiayaan, *syariah marketing*

ABSTRACT

Indonesia is dominated by the lower middle class, so the existence of financial institutions such as BMT is very relevant to their needs. This condition encourages increasingly fierce competition among other Islamic financial institutions (LKS). To be able to survive in this competition, each LKS must have an appropriate and effective strategy, one of which is through the implementation of a sharia marketing strategy that is considered by customers to be superior. Sharia marketing strategy is an activity carried out by an institution or organization that aims to benefit the institution without violating sharia principles.

KSPPS BMT Al-'Izzah Ngoro Mojokerto Head Office is one of the Islamic financial institutions in Indonesia. The purpose of this research is to find out the marketing strategy in increasing financing at BMT Al-'Izzah and the implementation of sharia marketing in marketing strategies to increase financing at BMT Al-'Izzah. This type of research is field research conducted by going directly to the field to obtain relevant information. The research method used is using a qualitative approach. Data collection is done by means of observation, interviews, documentation and questionnaires.

The results of this study indicate that the marketing strategy used at BMT Al-'Izzah is to apply the values that exist in the characteristics of Islamic marketers consisting of theistic (rabbaniyah), ethical (akhlaqiyyah), realistic (al-waqi'iyah) and humanistic (insaniyyah). So that the application of these values has an impact on increasing the financing channeled at BMT AL-'Izzah. However, it still needs maximization for margin survey activities and implementation on realistic values (al-waqi'iyah).

This study provides recommendations for BMT Al-'Izzah Ngoro Mojokerto Head Office to improve marketing strategies by expanding the network of potential customers and mastering market surveys so as not to be left behind by other Islamic financial institutions and conventional banks.

Keywords: marketing strategy, increasing financing, sharia marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERNYATAAN	iii
DECLARATION	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Rumusan Masalah	12
1.5. Tujuan Penelitian.....	12
1.6. Manfaat Penelitian.....	12
1.6.1. Secara Teoritis	13
1.6.2. Secara Praktis	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
2.1. Modal.....	15
2.1.1. Pengertian Modal.....	15
2.1.2. Fungsi dan Peran Modal	16
2.1.3. Sumber Permodalan BMT/Koperasi.....	17
2.1.4. Prinsip Penghimpunan Modal di Lembaga Keuangan Syariah.....	21
2.2. Pembiayaan	22
2.2.1. Pengertian Pembiayaan.....	22

2.2.2. Sifat dan Manfaat Pembiayaan.....	24
2.2.3. Unsur-Unsur Pembiayaan	25
2.2.4. Jenis Pembiayaan.....	26
2.3. Teori Efektivitas Pembiayaan	41
2.4. <i>Syariah Marketing</i>	42
2.4.1. Pengertian <i>Syariah Marketing</i>	42
2.4.2. <i>Indikator Syariah Marketing</i>	46
2.5. BMT	52
2.5.1. Pengertian BMT	52
2.5.2. Fungsi dan Peran BMT	54
2.5.3. Prinsip Dasar BMT	56
2.6. Penelitian Terdahulu.....	57
2.7. Kerangka Konseptual	62
BAB III METODE PENELITIAN	63
3.1. Jenis Penelitian.....	63
3.2. Tempat atau Lokasi penelitian	63
3.3. Jenis dan Sumber Data	64
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.4.1. Observasi.....	65
3.4.2. Wawancara.....	65
3.4.3. Dokumentasi.....	67
3.4.4. Kuisisioner	67
3.5. Teknik Keabsahan Data.....	71
3.6. Teknik Analisis Data	72
3.6.1. Reduksi Data	72
3.6.2. Penyajian Data.....	73
3.6.3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	73
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	75
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	75
4.1.1. Sejarah Berdirinya KSPPS BMT Al-‘Izzah.....	75
4.1.2. Dasar Hukum Pengelolaan atau Legalitas Perusahaan	76

4.1.3. Tujuan Pendirian KSPPS BMT Al-‘Izzah	77
4.1.4. Visi dan Misi KSPPS BMT Al-‘Izzah.....	77
4.1.5. Struktur Kepengurusan	78
4.1.6. Produk Simpanan dan Pembiayaan KSPPS BMT Al-‘Izzah	80
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	85
4.2.1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan di KSPPS BMT Al-‘Izzah Kantor Pusat Ngoro Mojokerto	85
4.2.2. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Perspektif <i>Syariah Marketing</i> di KSPPS BMT Al-‘Izzah Kantor Pusat Ngoro Mojokerto.....	98
4.3. Pembahasan.....	109
4.3.1. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan di BMT Al-‘Izzah Kantor Pusat Ngoro Mojokerto	109
4.3.2. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Perspektif <i>Syariah Marketing</i> di BMT Al-‘Izzah Kantor Pusat Ngoro Mojokerto.....	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	123
5.1. Kesimpulan	123
5.2. Saran	126
5.2.1. Untuk BMT Al-‘Izzah Kantor Pusat Ngoro Mojokerto.....	126
5.2.2. Untuk Peneliti Selanjutnya.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	128
LAMPIRAN	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pembiayaan Yang Disalurkan BMT Al-'Izzah 2021-2023	9
Tabel 2. 1 Jumlah Pendapatan Margin Bagi Hasil BMT Al-'Izzah 2021-2023	42
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	57
Tabel 3. 1 Daftar Informan Melalui Wawancara.....	66
Tabel 3. 2 Tabel Jumlah Anggota Pembiayaan BMT Al-'Izzah.....	68
Tabel 3. 3 List Nasabah Pembiayaan BMT Al-'Izzah Kuisisioner	69
Tabel 4. 1 Jumlah Pembiayaan yang Disalurkan 2021-2023 BMT Al-'Izzah Kantor Pusat Ngoro Mojokerto.....	93
Tabel 4. 2 Jumlah Pembiayaan Yang Disalurkan BMT Al-'Izzah Tahun 2021	94
Tabel 4. 3 Jumlah Pembiayaan Yang Disalurkan BMT Al-'Izzah Tahun 2022	95
Tabel 4. 4 Jumlah Pembiayaan Yang Disalurkan BMT Al-'Izzah Tahun 2023	96

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

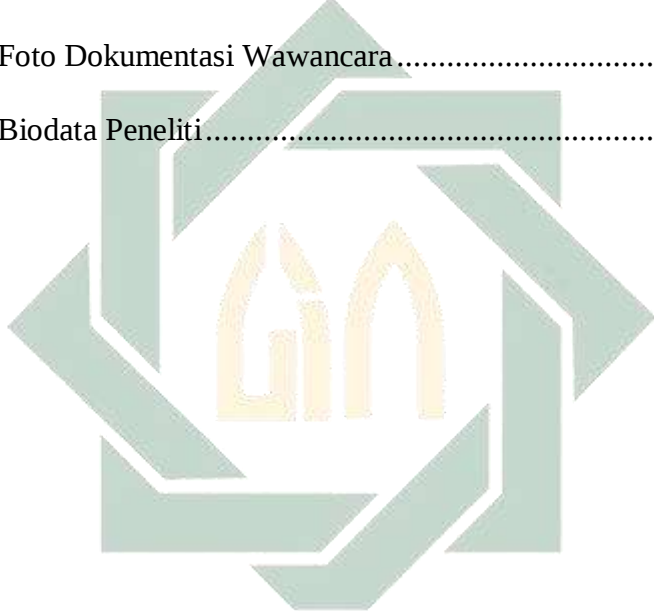
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	62
Gambar 4. 1 Kantor Pusat BMT Al-'Izzah.....	75
Gambar 4. 2 Susunan Pengurus dan Pengawas KSPPS BMT Al-'Izzah	78
Gambar 4. 3 Susunan Organisasi KSPPS BMT Al-'Izzah Kantor Pusat	79
Gambar 4. 4 Susunan Organisasi KSPPS BMT Al-'Izzah Kantor Layanan	79
Gambar 4. 5 Sebar Brosur Dengan Cara Jemput Bola.....	85
Gambar 4. 6 Proses Penyebaran Brosur di BMT Al-'Izzah	86
Gambar 4. 7 Strategi Jemput Bola	90
Gambar 4. 8 Update Koleksi Emas BMT Al-'Izzah	94
Gambar 4. 9 Pembagian Sembako Menjelang Idul Fitri.....	107

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	136
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	137
Lampiran 3 Hasil Kuisisioner Nasabah BMT Al-'Izzah.....	153
Lampiran 4 Foto Dokumentasi Wawancara.....	154
Lampiran 5 Biodata Peneliti.....	157



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H. (2017). Pemasaran Syariah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 25–50. <https://doi.org/10.21274/an.2017.4.1.25-50>
- Agustin, I. C. (2022). *Penerapan Marketing Syariah Pada Bisnis Minuman Ka.Miba Boba Tea*. Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Agustini, Grashinta, A., Putra, S., Sukarman, Arfid, F., Guampe, Akbar, J. S., Lubis, M. A., Maryati, I., Ririnisahawaitun, Mesra, R., Sari, M. N., Tuerah, P. R., Ramadhani, M. V., & Rulangi, R. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Panduan Praktis Analisis data Kualitatif)* (Issue May 2024). PT Mifandi Mandiri Digital.
- Ajija, S. R., Hudaifah, A., Wasiaturrahman, Sulistyaningsih, L., A'yun, K. Q., Mukti, H. K., Slama, S. C. U., Rofiqoh, S. N. I., & Azzizah, U. A. (2018). *Koperasi BMT Teori, Aplikasi dan Inovasi*. CV Inti Media Komunika.
- Al-Jawi, M. S. (2024). *Hukum-Hukum Syirkah*. Fissilmi Kaffah. https://www.fissilmi-kaffah.com/frontend/artikel/detail_umum/13
- Ali, I. Y., Triaulina, L., & Huda, B. (2021). Studi Analisis Terhadap Faktor Risiko Pembiayaan Musyarakah pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah. *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance*, 1(2). <https://doi.org/10.30762/almuhasib.v1i2.70>
- Ardiyansyah, M. Y. (2024). *Wawancara Pak Yoga Tim Marketing BMT Al-'Izzah*.
- Arifin. (2017). Pengaruh Penilaian Pemberian Kredit Terhadap Kualitas Kredit. *Akmen Jurnal*.
- Arikunto, S. (1966). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revi). Rindika Cipta.
- Austinnisa, F., & Ardyansyah, F. (2023). Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan Di BSI KCP Pasar Babat Lamongan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(3), 52–62.

- <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Biati, L., Hikmah, S. N. A., & Maknun, L. (2022). Implementasi Manajemen Pembiayaan Akad Rahn Tasjily Ditinjau dari Segi Fiqih Muamalah di BMT UGT Nusantara. *Asian Journal of Management Analytics*, 1(2), 97–108. <https://doi.org/10.55927/ajma.v1i2.1495>
- BMT Maslahah. (2024). *BMT Maslahah*. <https://www.bmtmaslahah.co.id/simulasi/>
- Budianto, A. T., Astutik, W. W., Prastiwi, I. E., & Kusuma, I. L. (2023). Analisis Peranan Manajemen Terhadap Kepercayaan Masyarakat Sukoharjo Kepada Bmt Tumang Melalui Analisis Swot. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 273–280. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.132>
- Dahniaty, A., Septanto, W., & Elwarardah, K. (2021). Lembaga Keuangan Syariah Non-Bank. In *Elmarkazi*. El Markazi.
- Dewan Syariah Nasional MUI. (2017). Akad Jual Beli. In *Fatwa DSN MUI*. <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/5/>
- Ekawardhani, D. A. K., & Filianti, D. (2019). Simpanan Berjangka Pada KSPPS BMT Amanah Ummah Menurut Fatwa DSN-MUI No. 02 dan 115. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(1).
- Fatwa DSN-MUI Tentang Pembiayaan Ijarah, (2000).
- Fatwa DSN-MUI Tentang Rahn, (2002).
- Fitriyah, L. (2024). *Wawancara Nasabah 1 BMT Al- 'Izzah*.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal ashri Publishing.
- Hatika. (2022). *Analisis Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KCP Ani Djemma Palopo*. Insitut Agama Islam Negeri Palopo.
- Hidayat, S. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 2(2), 198. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v2n2.p198-212>
- Ijarah (Sewa Menyewa). (2011). Almanhaj. <https://almanhaj.or.id/1640-ijarah-sewa->

menyewa.html

- Imanto, R., Maftukhatusolikhah, & Amri, U. (2021). Analisis Peran Pembiayaan BMT Syariah Al-Azhaar Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Anggota Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(4). <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i4.14641>
- Jangan Remehkan Kebaikan Sekecil Apapun Kebaikan Itu. (2023). <https://sdmuhmutihan.sch.id/read/27/kurikulum>
- Jihad, A. A. (2016). Konsep Mudharabah Dan Penerapannya Pada Lembaga Keuangan Islam. *Jurnal Akad*, 1(1).
- Johan, Mugiyati, Arifin, M., & Sriwulan. (2020). Peran Baitul Mal Wat Tamwil Dalam Mengimplementasikan Inklusi Keuangan Bagi Masyarakat Pesisir Tuban: Study Eksploratif. *Ulûmuna: Jurnal Studi Keislaman*, 6(2).
- Kaidah Ke-50: Hukum Asal Mu'âmalah Adalah Halal Kecuali Ada Dalil yang Melarangnya. (2016). Almanhaj. <https://almanhaj.or.id/4319-kaidah-ke-50-hukum-asal-muamalah-adalah-halal-kecuali-ada-dalil-yang-melarangnya-2.html>
- Kartajaya, H., & Muhammad, S. S. (2006). *Syariah Marketing*. PT Mizan Pustaka.
- Khumaidi, A. (2024). Wawancara Pak Ali Tim Marketing BMT Al- 'Izzah.
- KNEKS. (2019). *Sharing Platform Keuangan Mikro Syariah Berbasis Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*. <https://kneks.go.id/isuutama/8/sharing-platform-keuangan-mikro-syariah-berbasis-baitul-maal-wat-tamwil-bmt>
- Krowin, F. (2024). *Pinjam KUR BSI Rp 100 Juta, Kamu Tak Perlu Beri Barang Jaminan*. <https://kupang.tribunnews.com/2024/08/08/pinjam-kur-bsi-rp-100-juta-kamu-tak-perlu-beri-barang-jaminan>
- Lestari, A. I. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Minat Menabung Produk Tabungan Sempel iB Di PT BPR Syariah Madinah Lamongan Perspektif Hermawan Kartajaya Dan Syakir Sula*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Lestari, S. (2021). *Analisi Peranan Pembiayaan Mikro Terhadap Perkembangan UMKM Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP. Sibuhuan Kabupaten*

- Padang Lawas”. *Nahdatul Iqtishadiyah: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(2).
- Marianti, D. J., Rasyida, Z., & Utami, E. (2021). Analisis Praktik Murabahah Emas pada Bank Syariah di Indonesia Berdasarkan Tinjauan Hukum Fikih Muamalah. *Tajdid*, 28(2). <https://doi.org/10.36667/tajdid.v28i2.731>
- Masruroh, A., & Wulandari, E. M. (2021). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di KSPPS BMT Mega Bintang Sejahtera Baureno. *ADILLA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Mualifah, T. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Perspektif Marketing Syariah Muhammad Syakir Sula (Studi Kasus Di Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
- Muhammad. (2005). *Pengantar Akuntansi Syariah* (Cetakan ke). Salemba Empat.
- Musfiroh, L., Rofiki, A., Aji, M., & Junaidi, A. P. (2023). Memitigasi Risiko Pembiayaan Bermasalah Pada Baitul Mal Wat Tamwil (Pengabdian Pada BMT NU Cabang Kecamatan Ajung Kabupaten Jember). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 3(3), 29–37. <https://doi.org/10.59818/jpm.v3i3.504>
- Noor, S. M. (2019). *Hadits-Hadits Tentang Syirkah dan Mudharabah*. Rumah Fiqih Publishing.
- Nu'man, M. H. (2018). Implementasi Akad Rahn Tasjily Dalam Lembaga Pembiayaan Syari'Ah (Analisis Yuridis). *Aktualita (Jurnal Hukum)*, 1(2), 609–630. <https://doi.org/10.29313/aktualita.v1i2.4045>
- Nurjaman, M. I., Witro, D., & Hakim, S. Al. (2021). Akad Murabahah di Lembaga Keuangan Syariah Perspektif Regulasi. *Al-Qisthu: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Hukum*, 19(1), 27–40.
- Pamilih, A. (2018). *Upaya Penerapan Good Corporate Governance Untuk Menghindari Terjadinya Fraud di BMT Tamzis Kantor Cabang Kotagede Yogyakarta*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Panggabean, A. D. P. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah KSPPS BMT Al-Fatih IKMI Cabang Legoso*

2019. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Priyadi, U., & Sutardi. (2018). *Teori dan Aplikasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah* (1st ed.). UII Press Yogyakarta.
- Priyanti, Y. (2021). Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 1(2), 285.
- Profil Lengkap BMT Al-'Izzah Harapan Umat Jawa Timur*. (2023). <https://bmtalizzahjawatimur.blogspot.com/?m=1>
- Purtikasari, I. (2024). *Wawancara Manajer BMT Al-'Izzah*.
- Qusthoniah. (2016). Analisis kritis akad salam di perbankan syariah. *Jurnal Syariah*, 5(1). <http://ejournal.fiaiunisi.ac.id/index.php/syariah/article/download/55/51>
- Rahmawati, A., Alannawa, S. R., Afifah, I., & Nabilah, S. (2023). Analysis of Sharia Marketing Strategy in Consumer Financing Products at BPRS BMI Sepanjang. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 8(1).
- Ramiza. (2024). *KUR BNI 2024: Panduan Lengkap Angsuran*. [https://www.infinid.id/blog/kur-bni-2024-panduan-lengkap-angsuran/#:~:text=Apa Itu KUR BNI?,UMKM dalam mengembangkan usaha mereka](https://www.infinid.id/blog/kur-bni-2024-panduan-lengkap-angsuran/#:~:text=Apa%20Itu%20KUR%20BNI?,UMKM%20dalam%20mengembangkan%20usaha%20mereka)
- Ridwan, M. (2004). *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. UII Press Yogyakarta.
- Rizqiyah, M. (2024). *Wawancara Nasabah 2 BMT Al-'Izzah*.
- Rodiah, S. (2023). *Implementasi Syariah Marketing Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BMT UGT Nusantara Capem Wirolegi Summersari Jember*. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Rohman, H. (2020). Hukum Jual Beli Online. In *Duta Media Publishing*. Duta Media Publishing.
- Rokhim, A. A., & Pribadi, R. M. (2020). Penerapan PSAK 107 atas Pembiayaan Ijarah Multijasa pada BMT AL-FATH IKMI cabang Legoso, kota Tangerang Selatan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 9(1), 76–85.

- Rosyada, Z., & Habibi, M. (2021). Analisis Produk Pembiayaan Murabahah Pada BMT Permata (Studi Kasus Pada BMT Permata Mojokerto Jawa Timur). *Ico Edusha*, 2(1). <https://prosiding.sainim.ac.id>
- Rusby, Z. (2015). *Lembaga Keuangan Syariah*. Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR.
- Saepul Rohman, P., Laila, N., & Shofawati, A. (2022). Baitul Mal Wat Tamwil Architectural Map: Institutional and Regulatory Analysis. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.21070/perisai.v6i1.1583>
- Sanwani, Herwanti, T., & Jufri, A. (2017). Strategi Penghimpunan Dan Penyaluran Dana Pada Baitul Maal Wat Tamwil. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(1), 1–16.
- Sari, A., Dahlan, Tuhumury, R. A. N., Prayitno, Y., Siegers, W. H., Supiyanto, & Werdhani, A. S. (2023). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. CV Angkasa Pelangi.
- Sari, B. R. (2018). *Implementasi Syariah Marketing Dalam Meningkatkan Premi Di PT. Asuransi Takaful Keluarga Surabaya* [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel]. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/22517>
- Sari, K. D. A., & Dewi, M. S. (2023). Analisis Pengaruh Funding, Lending, Dan Loan To Deposit Ratio Terhadap Kinerja Keuangan Di Pt Bpr Indra Candra Singaraja. *Ganec Swara*, 17(3), 919. <https://doi.org/10.35327/gara.v17i3.529>
- Sasongko, J. (2020). *Efektivitas Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM (Studi kasus pada PT. BPRS Jabal Nur Tebuireng Gayungsari No.89, Gayungan, kota Surabaya)*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Simanjuntak, M. H. (2024). *Memajukan ekonomi dan keuangan syariah Indonesia*. ANTARA. <https://www.antaranews.com/berita/4432541/memajukan-ekonomi-dan-keuangan-syariah-indonesia>
- Solihin. (2020). Manajemen Permodalan BMT (Baitul Maal wat Tamwil) di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Lentera Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 19(1).

- Suardin, H. S., Hakim, L., & Mubyarto, N. (2022). Analisis Determinan Fungsi Intermediasi dan Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia. *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 22(2), 218–232. <https://doi.org/10.32939/islamika.v22i2.1715>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *In Media*, Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sukma, F. A., Akbar, R. K., Azizah, N. N., & Juliani, G. P. (2019). Konsep Dan Implementasi Akad Qardhul Hasan Pada Perbankan Syariah Dan Manfaatnya. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i2.4296>
- Sumarni. (2024). Wawancara Nasabah 3 BMT Al- 'Izzah.
- Suprayugo, I. (2022). Analisis Faktor-Faktor Sustainability. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(2), 133–143.
- Susanti. (2023). Implementasi Etika Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Di BTN Syariah Parepare. In *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Parepare*. Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Syamhudi, K. (2020). *Gadai (Ar-Rahn)*. Almanhaj. <https://almanhaj.or.id/14353-gadai-ar-rahn.html>
- Syaukani. (2018). Mudharabah Dalam Sistem Ekonomi Islam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2).
- Tujuh Golongan yang Mendapatkan Naungan Allah pada Hari Kiamat*. (2023). ITS. <https://www.its.ac.id/masjid-manarul-ilmu/tujuh-golongan-yang-mendapatkan-naungan-allah-pada-hari-kiamat/>
- Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, (1998).
- Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Pub. L. No. 21 (2008). <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/regulasi/undang-undang/Pages/undang-undang-nomor-21-tahun-2008-tentang-perbankan-syariah->

2.aspx#:~:text=Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah,-16 Juli 2008&text=Mengatur tentang tata cara dan,juga d

Wajo, A. R. (2021). *Kontribusi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Terhadap Sektor Usaha Mikro*. CV Bayfa Cendekia Indonesia.

Yazid, M. (2017). Fiqh Muamalah Ekonomi Islam. In *Repository uinsa*. Imtiyaz.
<http://digilib.uinsby.ac.id/http://digilib.uinsby.ac.id/http://digilib.uinsby.ac.id/>

Yazid, M. (2023). *Fikih Ekonomi Bank dan Lembaga Keuangan*. Pagan Press.

