

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN
MURABAHAH DI KSPPS HANADA QUWAIS SEMBADA KEBASEN**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**TRISKA NUR FADILA
NIM. 1817202130**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF.K.H.SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Triska Nur Fadila
Nim : 1817202130
Jenjang : S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di
KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 15 November 2022

Yang Menyatakan,



Triska Nur Fadila
NIM. 1817202130



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DI KSPPS HANADA QUWAIS SEMBADA KEBASEN

Yang disusun oleh Saudara **Triska Nur Fadila NIM 1817202130** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **17 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Slamet Akhmadi, M.S.I.
NIDN. 2111027901

Sekretaris Sidang/Penguji

Ubaidillah, S.E., M.E.I
NIP. 19880924 201903 1 008

Pembimbing/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

Purwokerto, 20 Januari 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan.



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri
di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Triska Nur Fadila NIM 1817202130 yang berjudul:


ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DI KSPPS HANADA QUWAIS SEMBADA KEBASEN

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Profesor K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah (S.E)

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 14 Desember 2022

Pembimbing,


Sulasih, M.Si.
NIDN. 0619018002

MOTTO

“Jangan Takut Berbuat baik, Berbuatlah kebaikan tanpa alasan”

-Triska Nur Fadila-



**THE ANALYSIS OF MURABAHAH FINANCING PRODUCT MARKETING
STRATEGY AT KSPPS HANADA QUWAI SEMBADA KEBASEN**

Triska Nur Fadila
NIM.1817202130

Email: ftriskanur@gmail.com

Study Program Of Islamic Banking Islamic Economics And Business Faculty
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The Savings and Loans Cooperative and Sharia Financing is one of the sharia financial institutions that provides financing products. One of them is murabahah financing, murabahah products are widely used by businessmen. To maintain and increase the membership and be able to compete with other competitors who have the same product, KSPPS Hanada Quwais Sembada is required to have a strategy. This research aimed to find out the marketing strategy for murabahah financing products at KSPPS Hanada Quwais Sembada.

The research method used was descriptive qualitative. The techniques of data collecting in this research were observation, interviews, and documentation. The techniques of data analysis used were data collection, data reduction, data presentation and conclusion.

The results of this research indicated that the marketing strategy used by KSPPS Hanada Quwais Sebada was a segmentation strategy which includes geographic segmentation and demographic segmentation, targeting and positioning. And also with market selection, product strategy, pricing strategy and promotion strategy which includes a family approach, advertising, publicity, personal selling, ball pick-up system, and word of mouth.

Keywords: Marketing Strategy, Murabahah, KSPPS

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DI KSPPS HANADA QUWAIS SEMBADA KEBASEN

Oleh: Triska Nur Fadila
NIM. 1817202130
E-mail : friskanur@gmail.com

ABSTRAK

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang menyediakan produk pembiayaan. Salah satunya yaitu pembiayaan murabahah, produk murabahah banyak digunakan oleh para pelaku usaha. Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah anggotanya dan dapat bersaing dengan pesaing yang memiliki produk sama, maka KSPPS Hanada Quwais Sembada diharuskan memiliki strategi. Penelitian ini memiliki tujuan agar mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah di KSPPS Hanada Quwais Sembada.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisa data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS Hanada Quwais Sebada yaitu dengan strategi segmentasi yang meliputi segmentasi geografi dan segmentasi demografi, *targeting* dan *positioning*. Serta dengan pemilihan pasar, strategi produk, strategi harga dan strategi promosi yang meliputi pendekatan kekeluargaan, periklanan, publistis, penjualan pribadi, sistem jemput bola, dan informasi dari mulut ke mulut.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Murabahah, KSPPS

PEDOMAN TRANSELITRASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata Arab-Latin yang dipakai dalam penulisan Skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak ditambahkan	Tidak ditambahkan
ب	bā'	<i>B</i>	-
ت	Tā	<i>T</i>	-
ث	Sā	<i>Ṣ</i>	ṣ (dengan titik di atas)
ج	Jīm	<i>J</i>	-
ح	hā'	<i>Ḥ</i>	ḥ (dengan titik di bawah)
خ	khā'	<i>Kh</i>	-
د	Dāl	<i>D</i>	-
ذ	Zāl	<i>Ẓ</i>	ẓ (dengan titik di atas)
ر	rā'	<i>R</i>	-
ز	zā'	<i>Z</i>	-
س	Sīn	<i>S</i>	-
ش	Syīn	<i>Sy</i>	-
ص	Sād	<i>Ṣ</i>	ṣ (dengan titik di bawah)
ض	Dād	<i>Ḍ</i>	ḍ (dengan titik di bawah)

ط	tā'	T	t (dengan titik di bawah)
ظ	zā'	Z	z (dengan titik di bawah)
ع	'aīn	'	koma terbalik di atas
غ	Gaīn	G	-
ف	fā'	F	-
ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Wāu	W	-
ه	hā'	H	-
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	yā'	Y	-

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta 'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbūtah di akhir kata

1. Bila dimatikan hutuf *h*

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap kedalam bahasa Indonesia, seperti zakat shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

2. bila *ta'marbutah* diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliā'</i>
----------------	---------	--------------------------

3. bila *ta'marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakāt al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

-----َ-----	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
-----ِ-----	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
-----ُ-----	<i>Dhammah</i>	ditulis	U

E. Vokal Panjang

1	<i>fathah + alif</i> جاهلية	Ditulis Ditulis	\bar{A} <i>Jāhiliyyah</i>
2	<i>fathah + ya' mati</i> تنسى	Ditulis Ditulis	\bar{A} <i>Tansā</i>
3	<i>kasrah + ya' mati</i> كريم	Ditulis Ditulis	\bar{I} <i>Karīm</i>
4	<i>dhammah + wawu mati</i> فروض	Ditulis Ditulis	\bar{U} <i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1	<i>fathah + ya' mati</i> بينكم	ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>Bainakum</i>
2	<i>fathah + wau mati</i> قول	ditulis ditulis	<i>Au</i> <i>Qaul</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'idat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang *Alif + Lam*

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qurān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *I (el)*-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi dan pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Kasan Wahidin (Alm) dan Ibu Kasinem serta Kakak-kakak penulis tercinta beserta keluarga besar yang telah mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunianya untuk memenuhi kebutuhan hamba-Nya. Shalawat dan salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW atas syafaat beliau sehingga kehidupan manusia menjadi lebih baik. Dengan mengucap Alhamdulillah rabbil'alamin atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen”.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, saya tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari pihak yang telah membantu penulis. Tak ada penghargaan yang terindah selain ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dari penulis kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag. M.M., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Sulasih, M.S.i., selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar memberikan bimbingan, masukan, arahan serta dukungan dalam pengerjaan skripsi, terimakasih telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya sehingga skripsi dapat terselesaikan.

8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Seluruh dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Seluruh staf Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Kasan Wahidin (alm) dan Ibu Kasinem, kakak-kakak penulis Suryanti, S.Si.T.,M.Keb. dan Eni Suswanti, S.Farm, Apt., kakak-kakak ipar penulis dr.Eka Prasetya, Sp.R dan Trisno, S.Pdi. yang selalu mendukung dan mendoakan dari awal penulisan skripsi ini. Serta ponakan-ponakan penulis Novan, Farel, Aira dan Alya yang selalu memberikan keceriaan.
12. K.H. Abu Hamid Nasrulillah (Alm.) dan Hj. Murniati selaku pengasuh Madrasah dan Mushola Ridlolilaah Karang Sari, beserta ustadz ustadzah Madrasah Diniyah Mushola Ridlolilaah Karang Sari yang telah memberikan bimbingan dan arahnya sehingga penulis mengerti huruf alif, ba', ta.
13. Abah Dr.K.H. Nasrudin, M.Ag dan Umi Hj. Durotun Nafisah, S.Ag., M.S.I, selaku pengasuh Pondok Pesantren Fatkhul Mu'in Purwokerto yang selalu memberikan pengajaran moral kepada penulis.
14. Keluarga besar Pondok Pesantren Fatkhul Mu'in Purwokerto, terkhusus Naely Karima, S.H., Diah Sulistiani, S.H., Dewi Prasetya, Dewi Saputri, Wahyuni Noviyati Pratama, S.E., Lela Safitri, Jabil Rahma, Nidaul Husna, dan Afifah Khoirunnisa, S.E. yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi.
15. Teman-teman seperjuangan keluarga besar PS C angkatan 2018 yang selalu memberikan semangat dalam menuntut ilmu sampai dalam proses penyelesaian skripsi. Terkhusus Suci Rochmawati, S.E dan Anis Alfianty.
16. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu..

Tanpa bantuan dan doa dari kalian semua penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar. Terimakasih atas doa dan bantuan kalian, semoga

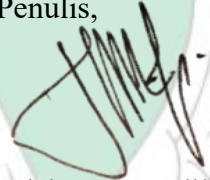
perbuatan baik kalian mendapatkan balasan oleh Allah SWT dan menjadi amal jariyah kalian. Penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penulisan ini. Oleh karena itu, penulis terbuka untuk menerima kritik dan masukan kalian yang nantinya dapat membangun agar lebih baik untuk penulis yang akan datang.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk penulis sendiri maupun bagi semua pihak, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 14 Desember 2022

Penulis,



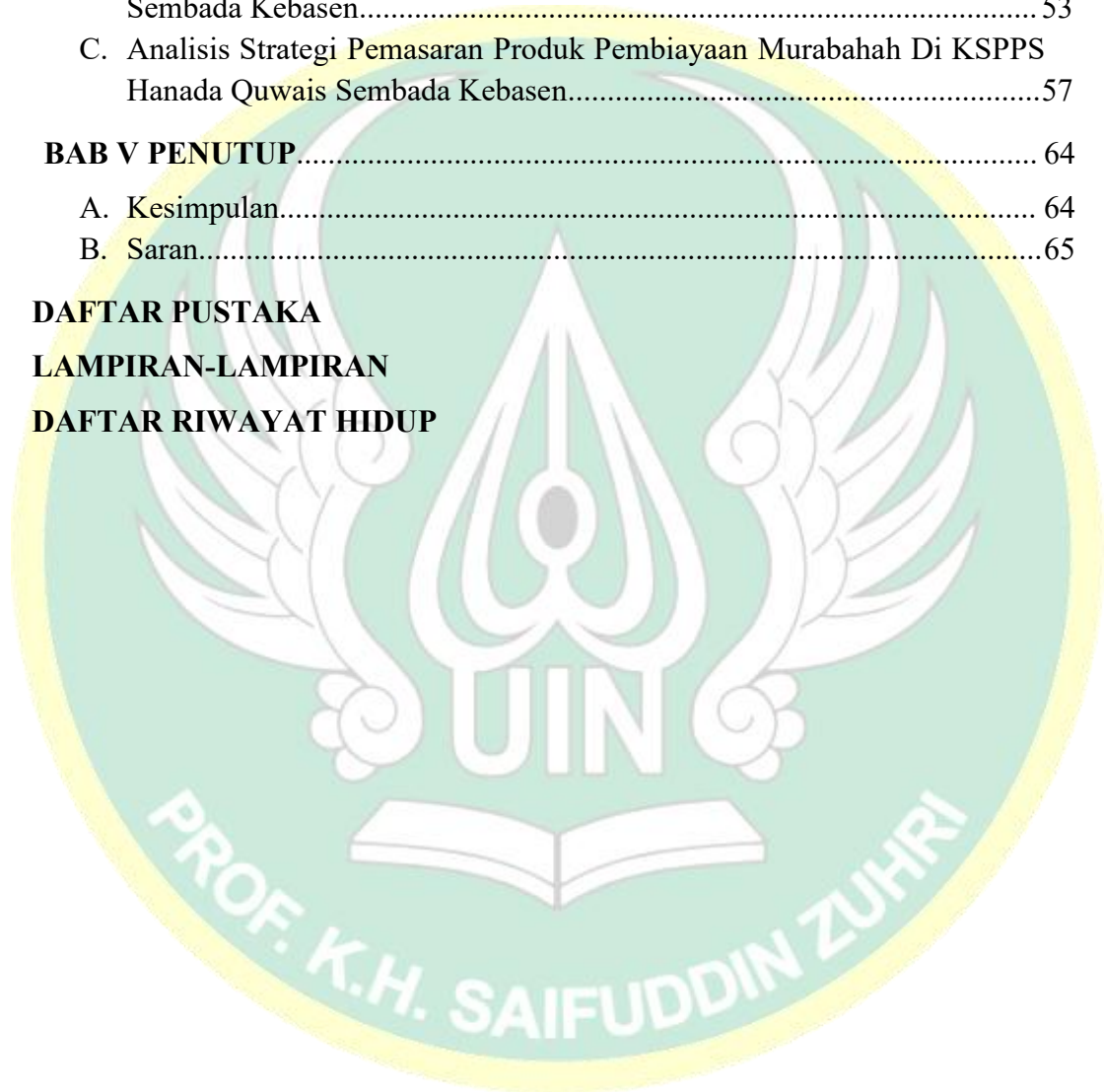
Triska Nur Fadila
NIM. 1817202130



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABTRACT	vi
ABTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
PERSEMBAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR BAGAN	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A...Latar Belakang Masalah.....	1
B...Definisi Operasional.....	5
C...Rumusan Masalah.....	7
D...Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
E...Kajian Pustaka.....	7
F...Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A...Strategi Pemasaran.....	13
B...Pembiayaan Murabahah.....	15
C...Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS).....	24
D...Landasan Teologis	30
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
C. Sumber Data.....	38

D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Teknik Analisa Data.....	40
F. Uji Keabsahan Data.....	41
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	43
A. Gambaran Umum KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen.....	43
B. Mekanisme Pembiayaan Murabahah di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen.....	53
C. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen.....	57
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Pembiayaan di KSPPS Hanada Quwais Sembada Tahun 2019-2021.....	2
Tabel 1.2 Kajian Pustaka.....	9



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Pembiayaan Murabahah.....	20
Gambar 4.1 Skema Tahapan Pembiayaan Murabahah	54



DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen Banyumas.....	49
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Draft Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Hasil Penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan merupakan salah satu lembaga yang berperan penting untuk perkembangan industri modern yang menyediakan jasa keuangan untuk masyarakat. Peraturan Undang-Undang Nomor 14/1967 yang diganti menjadi Undang-Undang Nomor 7/1992 menyatakan bahwa Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berdasarkan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian, fungsi utama perbankan Indonesia yaitu penghimpun dana dan penyaluran dana masyarakat.

KSPPS merupakan salah satu bagian dari lembaga keuangan syariah di Indonesia yang sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha mikro di seluruh pelosok Indonesia. Menurut Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam dan pembiayaan syariah oleh koperasi. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah atau disebut dengan KSPPS adalah koperasi yang memiliki fungsi sebagai penghimpun dana, dan kemudian menyalurkan dananya sesuai dengan prinsip syariah yang sudah ditetapkan, kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah. Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh anggota kepada koperasi dalam bentuk simpanan dan tabungan dengan ketentuan yang sudah di sepakati bersama (Bhinadi: 2018).

Saat ini sangat sulit untuk mengembangkan lembaga keuangan syariah kecil dalam skala besar. Seperti KSPPS harus sudah mulai membuat kemajuan. Berhasil tidaknya sebuah KSPPS dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor lingkungan, faktor geografis, faktor ekonomi dan lainnya (Ridwan, 2014). Salah satunya yaitu KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen sejak 2013, yang berlokasi di Kalisalak, Kebasen, Banyumas. Letaknya yang jauh dari perkotaan, dan tidak terletak di depan jalan raya

menjadi sulit untuk diakses. Tetapi dengan faktor geografis tersebut dapat menjadikan peluang untuk mencari anggota atau calon anggota yang tinggal di daerah tersebut, yang merasa kesulitan untuk melakukan suatu pembiayaan karena kendala jauh dari perkotaan. Aktifitas yang tidak kalah pentingnya dalam KSPPS yaitu kemampuan KSPPS dalam menyalurkan dananya kepada anggota yang disebut pembiayaan atau *landing financing*. Produk pembiayaan yang disediakan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu pembiayaan tanpa menggunakan riba. Produk pembiayaan yang disediakan oleh KSPPS Hanada meliputi: Ijarah, Mudharabah, Murabahah, Qard, Istishna, Musyarakah.

Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah anggotanya dan dapat bersaing dengan pesaing yang memiliki produk sama, maka KSPPS Hanada diharuskan memiliki strategi. Agar produk-produk KSPPS Hanada dikenal luas oleh masyarakat maka diperlukan pemasaran yang tepat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan, perkembangan asset dan dana pihak ketiga serta pembiayaan syariah terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Elisabeth, 2021).

Tabel 1.1
Tabel Perkembangan Pembiayaan di KSPPS Hanada Quwais Sembada Tahun 2019-2021

Tahun Pembiayaan	2019	2020	2021	2022 (Januari- November)
Ijarah	9	3	50	57
Mudharabah	2	2	1	1
Murabahah	128	133	139	133
Qard	16	22	21	13
Istishna	2	2	1	1
Musyarakah	2	1	3	1

Sumber : data primer

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa perkembangan pembiayaan di KSPPS Hanada Quwais Sembada tahun 2019 jumlah anggota produk pembiayaan murabahah mencapai 128 anggota, tahun 2020 jumlah anggota produk pembiayaan murabahah mencapai 133 anggota, tahun 2021 jumlah anggota produk pembiayaan murabahah mencapai 139 anggota dan bulan Januari- November 2022 jumlah anggota pembiayaan murabahah 133 anggota. Perkembangan produk murabahah dikatakan selalu meningkat dari tahun ke tahun, dibandingkan dengan produk pembiayaan yang lainnya, dikarenakan banyak masyarakat yang membutuhkan modal untuk usahanya, maupun untuk kebutuhan konsumtif. Murabahah yakni transaksi jual beli suatu barang dengan harga asal barang dengan tambahan keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak, dimana penjual memberi informasi terlebih dahulu harga asal barang kepada pembeli (Anshori, 2018). Produk pembiayaan Murabahah sudah banyak dipakai oleh masyarakat, namun produk pembiayaan murabahah masih mempunyai potensi untuk dikembangkan dan disebarluaskan kepada masyarakat yang membutuhkan. Dengan adanya produk pembiayaan murabahah diharapkan mampu membantu menangani masalah permodalan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah sehingga modal dapat didistribusikan dan pendapatan dapat dirasakan oleh masyarakat kecil. Pendistribusian modal tersebut tentunya membutuhkan strategi pemasaran yang efektif agar sesuai dengan sasaran yang akan di tuju.

Dalam KSPPS Hanada Quwais Sembada sistem murabahah yang digunakan yaitu pencairan dalam bentuk barang, kecuali apabila barang tersebut tidak bisa disediakan oleh pihak koperasi maka pencairan dilakukan dalam bentuk uang dengan akad wakalah kemudian akad murabahah. Dengan begitu maka pembiayaan murabahah dapat dengan maksimal digunakan sebagai usaha. Sebagaimana yang disampaikan manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada:

“ketika orang pengajuan orang banyak mengira bahwa menerima uang bukan barang, sedangkan dari kita keluarnya dalam bentuk barang atau orang kesini untuk pengajuan dengan tujuan mendapatkan uang lalu ketika kita memberitahu bahwa dapatnya itu barang kebanyakan orang kurang setuju, yang mereka butuhkan itu uang bukan barang, tapi ada juga pencairan dalam bentuk uang. Misal dari kita tidak bisa membelikan, nanti diwakilkan oleh anggota dengan akad wakalah lalu dikemudian hari anggota menyerahkan bukti nota dan barang yang sudah dibeli, pada hari itu menggunakan akad murabahah . Namun dengan pencairan dalam bentuk barang dapat dijadikan usaha dengan maksimal, karena yang kita keluarin dapat dijadikan usaha semua”.

Keberadaan pemasaran sangat penting bagi sebuah perusahaan. Pemasaran dalam Islam merupakan suatu hubungan antara sesama manusia yang dibenarkan, selama dalam proses transaksi terjaga dari sesuatu yang dilarang oleh ketentuan hukum syara (Haryanto, 2020). Peran pemasaran dalam sebuah perusahaan salah satunya untuk mempertahankan, bersaing dan meningkatkan pendapatan suatu perusahaan. Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk menghadapi persaingan. Strategi pemasaran merupakan hal yang penting bagi suatu lembaga keuangan untuk mengenalkan keunggulan produknya, akan tetapi strategi pemasaran tidak akan berjalan secara maksimal apabila produk yang ditawarkan memiliki kesamaan dibandingkan dengan produk dari pesaing. (Aan Suhendri, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Zusi Purnamasari menyatakan bahwa strategi pemasaran menggunakan 4P dalam *marketing mix* seperti produk, harga, promosi dan tempat strategi tersebut meliputi: *door to door*, sistem pemasaran secara tim, dan kegiatan sosialisasi dan literasi sudah efektif, efisien dan tepat sasaran. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Nova Lestari menyatakan bahwa strategi pemasaran meliputi 4 variabel *Marketing Mix* yaitu periklanan, penjualan pribadi, publisitas, dan promosi penjualan.

Selain itu dalam penelitian ini menggunakan strategi pemasaran syariah meliputi Teisti (Rabaniyah), Etik (Ahlaqiyyah), Realistis (al-waqiyyah), dan Humanistis (Insaniyyah), strategi pemasaran tersebut dikatakan masih kurang efektif karena jumlah anggota lebih sedikit daripada jumlah anggota produk yang lain.

Dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen yang berkantor pusat di Jl. Raya Kalisalak, Kemlaka, Kalisalak, Kec. Kebasen, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, dan memiliki kantor cabang di Purwokerto. Dimana KSPPS ini merupakan salah satu lembaga keuangan syariah non bank yang berkembang dalam memasarkan produk pembiayaannya. Produk pembiayaan yang menggunakan akad murabahah merupakan salah satu produk yang banyak digemari anggota KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen karena produk murabahah memiliki penerapan dan syarat yang mudah, serta resiko yang dihadapi cukup ringan untuk dihitung dalam penerapan.

Untuk menyelesaikan masalah di atas maka diperlukan adanya perencanaan strategi pemasaran yang tepat agar jumlah anggota produk pembiayaan dapat terus meningkat. Berdasarkan masalah di atas, keberhasilan suatu perusahaan tentunya memerlukan strategi pemasaran yang tepat. Dalam hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang dituangkan dalam judul: **“Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen”**.

B. Definisi Operasional

1. Strategi Pemasaran

Pengertian strategi menurut Alfred Chandler (1962) strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Kenichi Ohmae, strategi adalah keunggulan bersaing guna

mengubah kekuatan perusahaan sehingga menjadi sebanding atau bahkan melebihi kekuatan pesaing dengan cara yang lebih efisien (Sulasih & Sulaiman, 2020).

Menurut Payne dan Hurriyati pemasaran adalah proses memperspektifkan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber dalam suatu organisasi untuk memenuhi kebutuhan (Haryanto, 2020). Pemasaran adalah seluruh kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan menyalurkan barang maupun jasa dengan tujuan untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat (Sudarsono, 2020). Jadi, strategi pemasaran yaitu cara penetapan sasaran dan tujuan agar dapat memenangkan persaingan dalam pasar secara berkesinambungan.

2. Murabahah

Pembiayaan Murabahah merupakan produk dalam lembaga keuangan syariah yang didasarkan pada prinsip jual beli. Dalam lembaga keuangan syariah produk ini didefinisikan sebagai akad jual beli antara koperasi dengan anggotanya yang memesan untuk membeli barang, dari transaksi tersebut maka koperasi mendapatkan keuntungan (Setiady, 2014). Murabahah merupakan akad jual beli pada harga asal barang dengan tambahan keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak, dengan syarat penjual memberi informasi terlebih dahulu kepada pembeli harga asal barang.

3. KSPPS Hanada Quwais Sembada

KSPPS Hanada Quwais Sembada merupakan lembaga keuangan syariah yang bergerak di bidang usaha perbankan syariah, berdiri pada tahun 2013 dan yang berkantor pusat di Jl. Raya Kalisalak, Kemlaka, Kalisalak, Kec. Kebasen, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah . Dalam waktu 9 tahun KSPPSS Handa Quwais Sembada sudah memiliki kantor cabang di Purwokerto. Produk yang ditawarkan yaitu produk funding (tabungan wadi'ah, tabungan mudharabah, dan deposito mudharabah)

serta produk financing (pembiayaan Murabahah, Mudharabah, Musyarakah, Istisna, Ijarah).

C. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran pada produk pembiayaan murabahah dalam KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen ?

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota KSPPS Hanada Quwais Sembada.

2. Manfaat

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini memiliki manfaat sebagai tambahan referensi, literature dan informasi dalam menambah ilmu pengetahuan penulis serta pembaca mengenai “Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Murabahah Studi Kasus KSPPS Hanada Quwais Sembada”.

b. Manfaat Praktis

- 1) Akademisi atau Pembaca: Penelitian ini memiliki manfaat sebagai referensi, informasi dan pertimbangan, serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah di KSPPS.
- 2) Bagi Masyarakat: Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi pemasaran pada produk pembiayaan murabahah.

- 3) Bagi Pengelola: Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi serta informasi tentang strategi pemasaran di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka yaitu penafsiran mengenai literatur yang sama dengan topik tertentu, dengan memberikan tinjauan yang terkait dengan apa yang dibahas oleh peneliti, teori atau hipotesis yang mendukung, masalah pada penelitian (Effendi, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Rio Dermawan dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Murabahah di BMT Adkiya Khidmatul Ummah (AKU) Kota Metro Tahun 2018-2019” menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan BMT AKU terhadap pembiayaan *murabahah* yaitu dengan mengkombinasikan strategi marketing yang terdiri minimal dari lima unsur yaitu *product* (produk), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang) yang mana secara teori 90% sudah dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rama Riyaldi, Havis Aravik, dan Choirunnisak dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murabahah* Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang)” menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Bank Syariah Indonesia Kantor cabang Simpang Patal Palembang dalam memasarkan sebuah produk pembiayaan menggunakan beberapa pendekatan yaitu dengan brosur, spanduk, media sosial seperti *whatsapp*.

Penelitian yang dilakukan oleh Inesti Nurhatika dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada KJKS BMT Al-Makmur Cubadak” menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh BMT Al-Makmur Cubadak yaitu dengan strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sella Anjarsari dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Usaha Mikro (Studi Kasus Pada BPRS Metro Madani Cabang Jati Mulyo Lampung

Selatan) menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani Cabang Jatimulyo Lampung selatan sudah berhasil dan berdampak positif bagi usahawan yang sedang membutuhkan modal untuk usahanya, dan strategi pemasaran pada BPRS Metro Madani Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam memasarkan produk murabahah dalam prinsip ekonomi Islam telah diterapkan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Amalia Hikmawati yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dalam Meningkatkan Pendapatan PT.BPRS Suriyah Cilacap, Jawa Tengah” menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Suriyah Cilacap yaitu melalui *open table*, *door to door*, *grebek pasar*, *word of mouth*, dan media sosial. Selain itu BPRS Suriyah juga menggunakan *marketing mix* yang meliputi strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi.

Tabel 1.2
Kajian Pustaka

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Rio Dermawan, 2020, Strategi Pemasaran Produk Murabahah di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Kota Metro Tahun 2018-2019	Strategi yang dilakukan BMT AKU terhadap pembiayaan murabahah yaitu dengan mengkombinasikan strategi marketing yang terdiri minimal dari lima unsur yaitu <i>product</i> (produk), <i>place</i> (tempat), <i>promotion</i> (promosi), <i>people</i> (orang) yang mana secara teori 90% sudah	Persamaan dengan penelitian sebelumnya meneliti strategi pemasaran produk murabahah Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu lokasi penelitian, indikator strategi pemasaran

		dilakukan.	
2.	Rama Riyaldi, Havis Aravik, Choirunnisak, 2022, Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang).	Strategi pemasaran yang diterapkan Bank Syariah Indonesia Kantor cabang Simpang Patal Palembang dalam memasarkan sebuah produk pembiayaan menggunakan beberapa pendekatan yaitu dengan brosur, spanduk, media sosial seperti <i>whatsapp</i>	Persamaan: meneliti strategi pemasaran produk murabahah Perbedaan: lokasi penelitian, indikator strategi pemasaran.
3.	Inesti Nurhatika, 2019, Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada KJKS BMT Al-Makmur Cubadak.	Strategi yang dilakukan oleh BMT Al-Makmur Cubadak yaitu dengan strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi.	Persamaan: meneliti strategi pemasaran produk murabahah Perbedaan :lokasi penelitian, indikator strategi pemasaran.
4.	Sella Anjarsari, 2019, Analisis Strategi Pemasaran Produk pembiayaan Murabahah Pada Usaha Mikro	strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani Cabang Jatimulyo Lampung selatan sudah berhasil dan berdampak positif bagi usahawan yang sedang	Persamaan: meneliti strategi pemasaran produk murabahah. Perbedaan: lokasi penelitian, indikator strategi

	(Studi Kasus Pada BPRS Metro Madani Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan)	membutuhkan modal untuk usahanya, dan startegi pemasaran pada BPRS Metro Madani Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam memasarkan produk murabahah dalam prinsip ekonomi Islam telah diterapkan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.	pemasaran
5.	Amalia Hikmawati, 2020, Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dalam Meningkatkan Pendapatan PT.BPRS Suriyah Cilacap, Jawa Tengah	Strategi pemasaran yang digunakan yaitu melalui <i>open table, door to door, grebek pasar, word of mouth</i> , dan media sosial. Selain itu BPRS Suriyah juga menggunakan <i>marketing mix</i> yang meliputi strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi.	Persamaan: meneliti strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah Perbedaan: indikator strategi pemasaran, dalam penelitian ini tidak membahas mengenai peningkatan pendapatan

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan yaitu terdiri dari 5 bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN bab ini berisi tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian,

kajian pustaka dan lainnya. dalam bab ini tujuannya untuk mmberikan penjelasan umum mengenai penelitian yang akan dilakukan.

BAB II LANDASAN TEORI berisi mengenai teori strategi pemasaran, murabahah, KSPPS Hanada Quwais Sembada secara rinci, dan kajian pustaka.

BAB III METODE PENELITIAN bab ini berisi tentang metode penelitian berupa jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uji keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN dalam bab ini memuat penjelasan mengenai gambaran dari objek penelitian dan pembahasan analisis data sehingga memperoleh hasil penelitian.

BAB V PENUTUP pada bab terakhir penulis menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, terdapat saran yang disampaikan oleh penulis.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan mengenai dampak dari aktivitas pemasaran terhadap permintaan produk di pasar sasaran. Kegiatan pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, seperti mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merencanakan promosi, menentukan distribusi, dan lainnya (Wibowo, 2015).

Menurut Antonio (2001), strategi pemasaran syariah adalah alat yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan melalui pasar yang dimasuki dan program pasar yang digunakan guna mencapai sasaran pasar dengan bertumpu pada empat prinsip dasar, yaitu (Haryanto, 2020):

a. Teistis (*Rabaniyyah*)

Ciri khas dari pemasaran syariah adalah mempunyai sifat religius, yang dipandang penting dalam aktivitas pemasaran agar tidak merugikan orang lain, mulai dari menentukan strategi pemasaran, memilih pasar (*segmentasi*), memfokuskan pasar (*targetting*), menetapkan identitas perusahaan (*positioning*).

b. Etis (*Ahlaqiyyah*)

Pemasaran syariah sangat mengedepankan nilai moral dan etika dalam seluruh aspek kegiatannya tidak memandang agamanya, karena moral dan etika bersifat universal, dalam semua agama diajarkan.

c. Realistis (*al-Waqiyyah*)

Konsep dari pemasaran syariah bersifat fleksibel, sebagaimana keleluasaan dan keluwesan yang dilandasi oleh syariah Islamiyah. Pemasaran syariah adalah para pemasar profesional dengan

penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, apapun model pakaian yang dipakainya, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

d. Humanistis (*al-Insaniyyah*)

Pemasaran syariah bersifat humanistis universal. Universal yaitu bahwa syariah Islam diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat serta terjaga dan terpelihara sifat-sifat kemanusiaanya, terkontrol dan seimbang tanpa memperhatikan ras, warna kulit, kebangsaan dan status. Oleh sebab itu pemasaran syariah jauh dari aktivitas persaingan yang tidak sehat dan menghalalkan segala cara untuk mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya bagi perusahaan.

2. Indikator Strategi Pemasaran

Menurut Tjiptono dan Chandra dalam Nasruddin (2021) indikator strategi pemasaran diantaranya yaitu:

- a. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani, pemilihan pasar diawali dengan melakukan segmentasi pasar lalu memilih pasar sasaran yang paling memungkinkan untuk dilayani oleh perusahaan.
- b. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini.
- c. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
- d. Komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, personal selling, dan public relation.

Merumuskan strategi pemasaran berarti melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis, diawali dengan strategi pasar, strategi penentuan pasar sasaran dan strategi penentuan posisi pasar (Wibowo, 2015):

a. Strategi Segmentasi Pasar

Menurut Setiadi (2003) dalam penelitian (Wibowo, 2015) Segmentasi pasar merupakan proses membagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, maupun perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pemasaran tersendiri. Segmentasi pasar merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar terdiri atas beberapa segmen yang berbeda-beda. Segmentasi merupakan proses menempatkan konsumen dalam sub kelompok di pasar produk, sehingga para pembeli memiliki tanggapan yang hampir sama dengan strategi pemasaran dalam penentuan posisi perusahaan.

b. Strategi Penentuan Pasar Sasaran

Menurut Umar (2001) dalam penelitian (Wibowo, 2015) strategi penentuan pasar sasaran merupakan pemilihan luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Sebagian besar perusahaan memasuki sebuah pasar baru dengan melayani satu segmen tunggal, dan apabila terbukti berhasil, maka mereka akan menambah dan memperluas segmen secara vertikal maupun horizontal.

c. Strategi Penentuan Pasar Sasaran

Strategi penentuan pasar atau positioning merupakan strategi yang digunakan untuk mengambil alih posisi, sehingga strategi ini menentukan bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan dan kompetensi bagi pelanggan. Menurut Philip Kotler, Positioning adalah aktifitas membuat cerita dan memposisikan diri di benak konsumen.

B. Pembiayaan Murabahah

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan pendanaan yang diberikan oleh pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dilakukan oleh lembaga. Dalam UU No. 10

tahun 1998 disebutkan bahwa pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pada umumnya akad pada bank syariah yaitu (Ilyas, 2015):

- 1) Prinsip bagi hasil
 - 2) Prinsip jual beli
 - 3) Prinsip sewa menyewa
2. Aspek-Aspek Pembiayaan

Menurut Anang dan Andrianto, untuk bisa mengetahui layak tidaknya seseorang dalam mendapatkan kredit atau pembiayaan, pada umumnya lembaga keuangan syariah menerapkan prinsip 5C, antara lain:

a. *Character* (Karakter)

Character merupakan sifat atau watak dari konsumen, baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam lingkungan usahanya. Kegunaannya yaitu untuk mengetahui sejauh mana keseriusan nasabah dalam memenuhi kewajiban sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan.

b. *Capacity* (Kemampuan)

Capacity merupakan kemampuan yang dimiliki oleh nasabah dalam menjalankan usahanya dengan tujuan memperoleh laba yang diharapkan. Tujuan dari penilaian kemampuan yaitu agar dapat mengukur atau mengetahui sejauh mana nasabah mampu mengembalikan atau melunasi hutang-hutannya secara tepat waktu dari hasil usaha yang diperoleh.

c. *Capital* (Modal)

Capital adalah jumlah dana atau modal sendiri yang dimiliki oleh nasabah guna untuk menunjang lancar tidaknya suatu usaha tersebut. Seseorang yang akan mengajukan pembiayaan harus mempunyai modal terlebih dahulu guna membayar uang muka. Jadi,

dalam hal ini pihak bank hanya berfungsi sebagai tambahan dari kekurangan modal yang dimiliki oleh nasabah tersebut.

d. *Collateral* (Jaminan)

Collateral merupakan barang yang diserahkan nasabah guna untuk jaminan atau agunan terhadap pembiayaan yang diterimanya. Jaminan tersebut digunakan untuk jaminan kepastian pelunasan hutang nasabah kepada bank.

e. *Condition* (Kondisi)

Condition merupakan situasi dan kondisi yang dapat mempengaruhi perekonomian pada jangka waktu tertentu saat pembiayaan (Firmansyah, 2019:317-324).

3. Jenis-jenis Pembiayaan

Jenis pembiayaan pada dasarnya dikelompokkan menjadi beberapa aspek, yaitu (Ilyas, 2015):

a. Pembiayaan menurut tujuan, pembiayaan menurut tujuan dibedakan menjadi dua, yaitu:

- 1) Pembiayaan modal kerja, merupakan pembiayaan yang dimaksudkan untuk mendapatkan modal dalam tujuan untuk mengembangkan usaha.
- 2) Pembiayaan investasi, merupakan pembiayaan yang bertujuan untuk melakukan investasi atau pengadaan barang konsumtif.

b. Pembiayaan menurut jangka waktu. Pembiayaan menurut jangka waktu dibedakan menjadi tiga, yaitu:

- 1) Pembiayaan jangka waktu pendek, merupakan pembiayaan yang dilakukan dengan waktu 1 bulan sampai dengan 1 tahun.
- 2) Pembiayaan jangka waktu menengah, merupakan pembiayaan yang dilakukan dengan waktu 1 tahun hingga dengan 5 tahun.
- 3) Pembiayaan jangka waktu panjang, merupakan pembiayaan yang dilakukan dengan waktu lebih dari 5 tahun.

Ascarya (2011) dalam penelitian Ilyas (2015) Selain itu pembiayaan dalam perbankan syariah juga diwujudkan dalam bentuk

pembiayaan aktiva produktif dan aktiva tidak produktif. Adapun jenis pembiayaan tersebut, yaitu:

- a. Pembiayaan yang bersifat aktiva produktif, yaitu:
 - 1) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, meliputi pembiayaan mudharabah dan pembiayaan musyarakah.
 - 2) Pembiayaan dengan prinsip jual beli. Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian atas barang yang dijual.
 - 3) Pembiayaan dengan prinsip sewa. Transaksi *ijarah* (sewa) didasarkan pada adanya pemindahan manfaat. Pada dasarnya, *ijarah* sama dengan prinsip jual beli, perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang maka pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.
- b. Pembiayaan yang bersifat aktiva tidak produktif. Jenis aktiva tidak produktif berupa aktivitas pembiayaan dalam bentuk pinjaman yaitu pinjaman qard. Pinjaman qard merupakan penyediaan dana atau tagihan antara bank Islam dengan pihak peminjam yang mewajibkan pihak peminjam melakukan pembayaran sekaligus atau secara cicilan dalam jangka waktu tertentu.

4. Fungsi Pembiayaan

Fungsi pembiayaan dalam lembaga keuangan syariah, sebagai berikut (Aisyah, 2015):

- a. Meningkatkan daya guna uang
- b. Meningkatkan daya guna barang
- c. Meningkatkan peredaran uang
- d. Menimbulkan keinginan untuk usaha
- e. Sebagai stabilitas ekonomi
- f. Penghubung dalam meningkatkan pendapatan nasional

5. Pengertian Murabahah

- a. Pengertian Murabahah

Menurut Karim (2003) *Murabahah* merupakan transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak penjual dan pembeli. Yang membedakan *murabahah* dengan penjualan yang lain adalah dalam *murabahah* penjual penjual secara jelas memberi tahu kepada pembeli harga pokok barang dan besaran keuntungan yang diinginkan oleh penjual. Kemudian muncul perdebatan mengenai harga perolehan, apakah hanya sebesar harga beli atau ditambah dengan biaya lainnya. Keempat ulama madzab membolehkan pembebanan biaya langsung yang harus dibayarkan kepada pihak ketiga. Mereka tidak memperbolehkan pembebanan biaya langsung yang berhubungan dengan pekerjaan yang seharusnya dilakukan oleh penjual, dan biaya tidak langsung bila tidak menambahkan nilai barang (Nurhayati, 2019).

Menurut Mohammad Hoessein, Pembiayaan *Murabahah* merupakan jual beli barang dengan harga asal ditambah dengan keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak. Hal ini penjual memberi informasi terlebih dahulu mengenai harga pokok produk yang dijual dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya atau keuntungannya (Prabowo, 2012:26).

Ada beberapa bentuk jual beli dan akad yang sering digunakan oleh bank syariah dalam melakukan pembiayaan kepada nasabah salah satunya yaitu pembiayaan *murabahah*. Ada beberapa alasan transaksi *murabahah* mendominasi bank syariah:

- 1) jual beli *murabahah* mudah diimplementasikan dan mudah dipahami karena para pelaku bank syariah menyamakan *murabahah* dengan kredit investasi konsumtif sebagai contoh kredit kendaraan bermotor, kredit kepemilikan rumah dan kredit lainnya.
- 2) pendapatan bank dapat diperkirakan karena dalam transaksi *murabahah* hutang nasabah adalah harga jual, sedangkan dalam harga jual terkandung porsi pokok dan keuntungan.

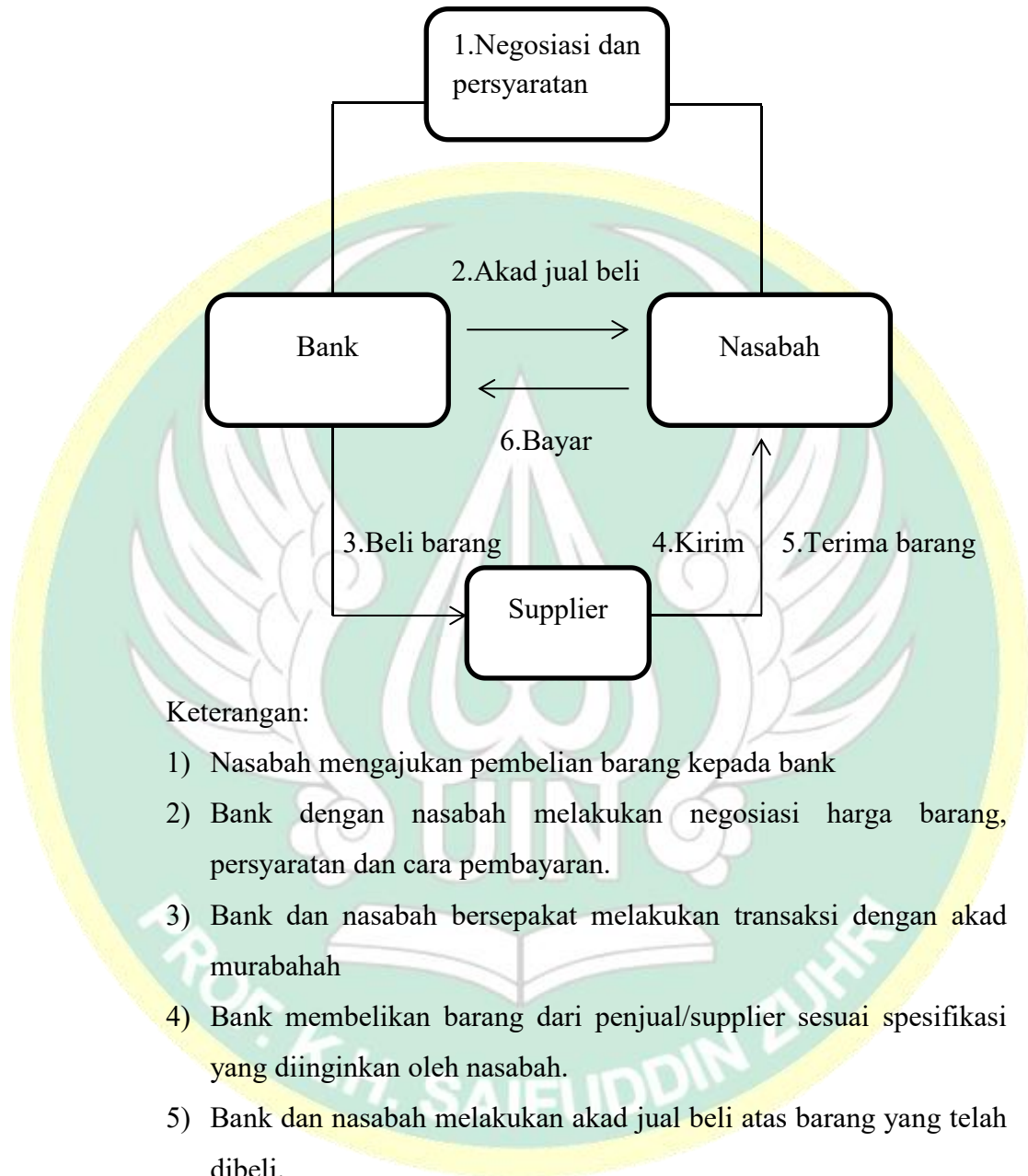
- 3) Tidak perlu mengenal nasabah secara mendalam karena hubungan bank dan nasabah adalah hubungan hutang piutang, sehingga dalam keadaan bagaimanapun nasabah harus membayar hutang harga barang yang diperjualbelikan.
- 4) Mengenalogikan murabahah dengan pembiayaan konsumtif. Jika diperhatikan, memang terdapat persamaan antara jual beli dan pembiayaan konsumtif.

Sedangkan menurut Abdullah Saed, alasan transaksi murabahah sangat mendominasi perbankan syariah, sebagai berikut:

- 1) Murabahah tidak mengizinkan bank syariah untuk turut campur dalam manajemen bisnis karena bank bukanlah hubungan antara *partner* dengan *client* melainkan hubungan antara kreditur dan debitur.
- 2) Murabahah menghindari ketidakpastian dengan perolehan usaha berdasarkan sistem *profit and loss sharing*.
- 3) Mark-up (keuntungan atau margin) dalam murabahah dapat ditetapkan dengan cara yang menjamin bahwa bank mampu mengembalikan dibandingkan dengan bank-bank yang berbasis bunga dimana bank syariah sangat kompetitif.
- 4) Murabahah adalah mekanisme penanaman modal jangka pendek dengan pembagian untung rugi atau bagi hasil (Prabowo, 2012:27-29).

Adapun yang dimaksud dengan pembiayaan murabahah adalah akad perjanjian penyediaan barang berdasarkan jual beli dimana bank membelikan kebutuhan barang atau investasi nasabah dan menjual kembali kepada nasabah ditambah dengan tambahan harga/keuntungan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Pembayaran yang dilakukan oleh nasabah dilakukan secara angsuran dalam jangka waktu yang telah disepakati. Dalam prakteknya pembiayaan yang paling banyak diminati oleh masyarakat yaitu pembiayaan murabahah.

Gambar 2.1
Skema pembiayaan murabahah



Keterangan:

- 1) Nasabah mengajukan pembelian barang kepada bank
- 2) Bank dengan nasabah melakukan negosiasi harga barang, persyaratan dan cara pembayaran.
- 3) Bank dan nasabah bersepakat melakukan transaksi dengan akad murabahah
- 4) Bank membelikan barang dari penjual/supplier sesuai spesifikasi yang diinginkan oleh nasabah.
- 5) Bank dan nasabah melakukan akad jual beli atas barang yang telah dibeli.
- 6) Supplier mengantarkan barang dan dokumen.
- 7) Nasabah melakukan pembayaran sebesar harga pokok dan margin kepada bank dengan cara mengangsur.

b. Rukun Murabahah

Menurut Wiroso (2009:169) Rukun-rukun dalam murabahah yaitu (Riyaldi, 2022):

- 1) Bai' sebagai penjual (pihak yang mempunyai barang)
- 2) Musytari, sebagai pembeli (pihak yang akan mempunyai atau membeli barang)
- 3) Mabi', yaitu barang-barang yang akan diperjualbelikan
- 4) S|aman, yaitu harga
- 5) Ijab Qabul, pernyataan timbang terima

c. Syarat Murabahah

Beberapa syarat Murabahah sebagai berikut (Lubis, 2016):

- 1) Pihak yang berakad
 - a) Adanya kerelaan antara kedua belah pihak
 - b) Memiliki kemampuan untuk melakukan jual beli
- 2) Barang atau objek
 - a) Barang itu ada walaupun tidak di tempat, namun ada pernyataan kesanggupan untuk mengadakan barang tersebut.
 - b) Barang milik sah penjual atau seseorang.
 - c) Barang yang diperjualbelikan yaitu barang yang berwujud.
 - d) Barang yang diperjualbelikan terbebas dari keharaman.
 - e) Barang sesuai dengan pernyataan penjual.
 - f) Apabila barang bergerak, maka barang tersebut bisa langsung dikuasai pembeli dan harga barang dikuasai penjual. Sedangkan apabila barang tidak bergerak maka dapat dikuasai pembeli setelah dokumentasi jual beli.
- 3) Harga
 - a) Harga jual bank yaitu harga perolehan ditambah dengan keuntungan.
 - b) Harga jual tidak boleh berubah selama perjanjian.
 - c) Sistem pembayaran dan jangka waktunya disepakati bersama.

Dalam menetapkan margin yang berdampak pada keuntungan bank sangat berkaitan dengan harga yang terbentuk dalam pembiayaan yang dilakukan. Dalam Murabahah, bank sebagai penjual boleh menetapkan harga berapapun yang dikehendaki. Aisyah (2015) dalam penelitian Hikmawati (2020) Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan margin dan bagi hasil, yaitu :

1) Komposisi Pendanaan

Bagi bank syariah yang dominan pendanaannya diperoleh dari giro dan tabungan, yang tidak setinggi deposito. Maka penentuan keuntungan akan lebih kompetitif jika dibandingkan dengan bank yang pendanaannya dari deposito.

2) Tingkat Persaingan

Jika tingkat persaingan ketat, ukuran keuntungan bank tipis, sedangkan tingkat persaingan masih longgar maka bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi.

3) Risiko Pembiayaan

Pembiayaan pada sektor yang beresiko tinggi bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi dibandingkan dengan resiko sedang atau resiko ringan.

4) Jenis Nasabah

Jenis nasabah seperti nasabah prima, dimana usahanya besar dan kuat, bank cukup mengambil keuntungan tipis, sedangkan untuk pembiayaan kepada nasabah biasa dapat diambil keuntungan yang lebih tinggi.

5) Kondisi Perekonomian

Kondisi ekonomi mempunyai siklus, yaitu: *revival*, *boom/peak*-puncak, resesi dan depresi.

6) Tingkat Perekonomian yang Diharapkan

Hal ini terkait dengan masalah keadaan perekonomian pada umumnya dan resiko.

Sedangkan menurut Wiroso (2019) syarat murabahah yaitu (Riyaldi, 2022):

- 1) Memberitahu harga perolehan barang kepada nasabah
- 2) Penjual kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan
- 3) Kontrak harus bebas riba
- 4) Penjual harus memberitahukan kepada pembeli apabila terdapat cacat atas barang sesudah pembelian
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berhubungan dengan barang pembelian.

d. Jenis-jenis Murabahah

Menurut Wasilah (2009) dalam penelitian Kalsum & Saputra (2016) menyebutkan bahwa jenis-jenis murabahah sebagai berikut:

1) Murabahah dengan pesanan

Murabahah dengan pesanan yaitu penjual melakukan pembelian barang setelah adanya pemesanan dari pembeli. *Murabahah* dengan pesanan bersifat mengikat atau tidak mengikat pembeli untuk membeli barang yang dipesannya.

2) Murabahah tanpa pesanan

Murabahah tanpa pesanan bersifat tidak mengikat. Dalam hal ini bank menyediakan barang tanpa adanya pemesanan. Penyediaan barang tidak terpengaruh dengan ada atau tidak adanya pembeli.

C. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)

1. Pengertian KSPPS

KSPPS (koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah) merupakan koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman, dan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah termasuk didalamnya mengelola zakat, wakaf, infaq dan sedekah. KSPPS merupakan lembaga keuangan non bank yang secara khusus kegiatan usahanya menerima

tabungan dan kemudian menyalurkannya, yang berasal dari dan untuk anggotanya (Undang-undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 44, 1992). Tujuan dari KSPPS yaitu untuk meningkatkan efektivitas penanggulangan kemiskinan dan mendukung peningkatan pendapatan masyarakat yang memiliki pendapatan rendah. Koperasi juga wadah perekonomian yang sangat penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat serta untuk mewujudkan kehidupan ekonomi yang bercirikan demokratis, kebersamaan, kekeluargaan guna untuk memajukan kesejahteraan khususnya para anggotanya dan masyarakat umum serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 (Hasanah, 2021).

2. Fungsi dan Prinsip Koperasi Syariah

Koperasi mempunyai fungsi dan peran sebagai berikut:

- a. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya guna untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi.
- b. Memperkuat kualitas sumber daya manusia anggota agar menjadi amanah, profesional, konsisten dan konsekuen dalam menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam.
- c. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.
- d. Sebagai mediator antara pemilik dana dan pengguna dana sehingga dapat tercapai optimalisasi pemanfaatan harta.
- e. Untuk menguatkan kelompok-kelompok anggota sehingga mampu bekerjasama dalam melakukan kontrol terhadap koperasi secara efektif.
- f. Mengembangkan dan memperluas lapangan kerja.
- g. Menumbuhkembangkan usaha-usaha produktif para anggota.

Peran koperasi syariah :

- a. Kekayaan adalah amanah Allah yang tidak dimiliki oleh siapapun secara mutlak.
- b. Manusia diberi kebebasan bermu'amalah selama sesuai dengan ketentuan syariah.
- c. Manusia merupakan khalifah Allah dan pemakmur di muka bumi.
- d. Menjunjung tinggi keadilan serta menolak setiap bentuk ribawi dan pemusatan sumber daya ekonomi pada sekelompok orang seorang saja.

Prinsip dasar lain, yaitu:

- a. Larangan melakukan perbuatan maysir, yaitu segala bentuk spekulasi judi yang mematikan sektor riil dan usaha tidak produktif.
- b. Larangan praktik usaha yang melanggar kesusilaan dan norma hukum.
- c. Larangan gharar yaitu segala transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas sehingga dapat merugikan satu pihak.
- d. Larangan haram.
- e. Larangan riba yaitu segala bentuk distorsi mata uang menjadi komoditas dengan menggunakan tambahan pada transaksi kredit atau pinjaman dan penukaran lebih antara barang dan jasa dengan tujuan permainan harga.
- f. Larangan ihtikar yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa dengan tujuan permainan harga.
- g. Larangan melakukan segala bentuk transaksi dan usaha yang membahayakan individu maupun masyarakat serta bertentangan dengan maqashid syari'ah.

Kemudian koperasi syariah juga harus memperhatikan hal-hal seperti kegiatan usaha yang halal, baik dan bermanfaat. Dalam menjalankan kegiatannya harus dalam sertifikasi usaha koperasi, usahanya sesuai ketentuan dewan syariah nasional MUI dan tidak bertentangan dengan UU yang berlaku. Kegiatan usaha produk koperasi syariah berupa investasi/ kerjasama, jual beli, sewa menyewa, jasa hiwalah atau anjak piutang, jasa gadai dan jasa titipan (Sofiani, 2014).

3. Produk dan Jasa Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah

a. Penghimpunan Dana

Strategi pencapaian sumber dana merupakan cara agar KSPPS dapat mempertahankan perusahaannya, Sumber dana ini bisa bersumber melalui anggota, pinjaman dan dana yang berasal dari hibah atau sumbangan. Sumber dana tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Simpanan Pokok

Simpanan pokok merupakan modal awal anggota yang diberikan kepada pihak KSPPS dimana besar modal tersebut sama antara anggota yang satu dengan lainnya. Simpanan pokok dibayar satu kali pada saat pertama kali menjadi anggota dengan menggunakan akad Musyarakah, dimana transaksi dari dua pihak atau lebih pemilik dana untuk usaha yang sesuai dengan syariah dengan pembagian usaha oleh seluruh pihak dan kerugian yang ditanggung seluruh pihak sesuai dengan kesepakatan awal. Konsep pendirian KSPPS ini menggunakan konsep *Syirkah Mufawadhoh* yaitu sebuah kegiatan usaha yang didirikan bersama oleh dua pihak atau lebih dengan masing-masing pihak memberikan modal yang sama dan bekerja dengan porsi yang sama (Buchori, 2012). Dengan keuntungan dan kerugian ditanggung bersama.

2) Simpanan Wajib

Simpanan wajib merupakan modal koperasi, dimana kewajibannya di putuskan berdasarkan hasil musyawarah anggota dan melakukan setoran berkelanjutan setiap bulannya sampai dengan dinyatakan keluar keanggotaannya dari KSPPS. Akad yang digunakan sama dengan simpanan pokok yang membedakan yaitu pembayarannya yang dilakukan setiap bulan sampai anggota menyatakan bahwa dirinya keluar dari keanggotaannya. Simpanan

pokok dilakukan satu kali pembayaran pada saat awal menjadi anggota.

3) Simpanan Sukarela

Simpanan sukarela merupakan simpanan yang berbentuk investasi dari anggota atau calon anggota yang memiliki kelebihan dana kemudian menyimpan di KSPPS. Bentuk simpanan sukarela ini dibagi menjadi dua jenis yaitu sebagai berikut:

- a) Akad titipan atau yang biasa disebut *Wadi'ah* yaitu transaksi berupa penitipan dana anggota kepada Koperasi Syariah yang memiliki kewajiban dapat mengembalikan dana pada sewaktu waktu saat anggota memintanya. *Wadi'ah* dibagi menjadi dua macam, yaitu *Wadi'ah Amanah* dan *Wadi'ah Yad dhomanah*. *Wadi'ah Amanah* sendiri merupakan titipan yang tidak dapat dipergunakan dananya oleh Koperasi Syariah sampai dengan diambil oleh pemiliknya. Biasanya dana tersebut berupa dana ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqah). Sedangkan *Wadi'ah Yad dhomanah* merupakan titipan yang boleh dipergunakan dananya oleh Koperasi Syariah untuk usaha produktif selama dana tersebut belum diambil oleh pemiliknya.
- b) Investasi ditujukan kepada kepentingan usaha dengan mekanisme bagi hasil baik *Revenue Sharing* maupun *Profit and Loss Sharing*. Konsep ini dilakukan pada simpanan berjangka *Mudharabah Mutlaqoh* maupun simpanan berjangka *Mudharabah Muqayadah*. *Mudharabah Mutlaqoh* merupakan kerjasama antara pemilik modal atau *Shahibul Maal* dengan pengelola dana atau *Mudharib* yang memiliki cakupan luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah. Sedangkan *Mudharabah Muqayadah* merupakan kerjasama antara pemilik dana atau *Shahibul Maal* dengan pengelola dana

atau *Mudharib* dimana dana tersebut dibatasi penggunaannya oleh persyaratan pemilik dana.

b. Penyaluran Dana

Sumber dana yang diperoleh oleh koperasi syariah harus disalurkan kepada anggota maupun calon anggota yang membutuhkan dana. Sifat dari penyaluran dana ini komersil dan sebagai pengemban fungsi sosial (Buchori, 2012). Penyaluran dana yang bersifat komersil yaitu jual beli dengan akad *Murabahah*, *Salam* dan *Istishna*, kemudian dalam bentuk kerja sama dengan akad *Mudharabah* atau *Musyarakah*, sedangkan dalam bentuk multi jasa seperti sewa dengan akad *Ijarah*, jasa lainnya dengan akad multi jasa seperti biaya pendidikan, pengalihan piutang dengan akad *Hawalah* dan sebagainya.

- 1) Penyaluran Dana *Mudharabah* yaitu bentuk kerjasama menggunakan akad *Mudharabah* dimana KSPPS sebagai pemilik dana (*Shahibul Maal*) dengan anggota sebagai pengelola dana untuk usaha produktif dan halal (*Mudharib*). Dengan keuntungan dibagi kepada masing-masing pihak sesuai dengan kesepakatan bersama diawal dan kerugian ditanggung oleh pemilik dana saja (*Shahibul Maal*).
- 2) Penyaluran Dana *Musyarakah* yaitu bentuk kerjasama menggunakan akad *Musyarakah*, dimana dilakukan oleh kedua belah pihak atau lebih dengan masing-masing pihak berkontribusi memberikan modal yang besarnya sama dan bekerja dengan porsi yang sama. Hasil keuntungan dan kerugian dibagi dengan porsi yang sama berdasarkan kesepakatan diawal akad.
- 3) Produk Multi Jasa *Ijarah* yaitu secara fiqih *Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna (manfaat). *Ijarah* merupakan akad pemindahan hak guna baik berupa barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas

barang itu sendiri (Buchori, 2012). Misalnya pada penyewaan ruko dan lain sebagainya.

- 4) *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* (IMBT), Ijarah dengan IMBT mempunyai kesamaan yaitu objek sewa barang, bedanya hanya pada diakhir sewa. Ijarah biasa menyewakan barang tetapi barang yang disewakan tetap menjadi milik KSPPS, Sedangkan IMBT pada akhir sewa, barang yang disewakan diberikan kepada pihak penyewa yang dinyatakan diawal akad. Misalnya pada penyewaan ruko untuk usaha dan lain sebagainya.
- 5) *Qardh* secara fiqih *qardh* atau *Iqrad* secara etimologi disebut pinjaman. Secara terminologi muamalah yaitu meminjam sesuatu yang harus dikembalikan dengan mengganti yang sama. Biasanya *qardh* ini disediakan koperasi sebagai peminjaman darurat tanpa imbalan dengan kewajiban anggota mengembalikan pokok pinjaman sekaligus atau dicicil dalam jangka waktu tertentu. Sumber dana *qard* berasal dari dana modal KSPPS atau laba yang disisihkan.
- 6) *Qardhul Hasan* sistem operasionalnya sama dengan *Qardh*, bedanya yaitu terletak pada sumber dananya. *Qardh* sumber dananya berasal dari modal KSPPS atau laba yang disisihkan, sedangkan *Qardhul Hasan* sumber dananya berasal dari dana ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqoh).
- 7) *Hawalah Bil Ujroh*, secara fiqih *Hawalah* merupakan pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Menurut DSN *Hawalah* merupakan pengalihan hutang dari suatu pihak ke pihak yang lain. Terdapat dua jenis *Hawalah* yaitu *Hawalah Muqayyadah* dan *Hawalah Muthlaqah*. *Hawalah Muqayyadah* merupakan *Hawalah* dimana orang yang berhutang (*muhil*) juga berpiutang dengan *muhal'alaih*. Sedangkan *Hawalah Muthlaqah* merupakan *Hawalah* dimana orang yang

berhutang (*muhil*) tidak berpiutang dengan *muhal'alaih* (Buchori, 2012).

- 8) *Rahn* (Gadai), secara bahasa yaitu menahan, secara istilah yaitu menahan sesuatu barang yang disebabkan oleh transaksi muamalah yang dilakukan tidak secara tunai (Buchori, 2012). *Rahn* ini timbul dikarenakan anggota memerlukan kebutuhan mendesak dan KSPPS dapat memenuhinya dengan syarat barang yang dimiliki anggota dikuasai oleh KSPPS sesuai kesepakatan bersama.
- 9) Wakalah berarti *at tafwidh* artinya penyerahan, pendelegasian yaitu pelimpahan kekuasaan oleh seseorang kepada orang lain dalam hal diwakilkan (Buchori, 2012). Wakalah timbul dikarenakan pengurusan suatu hal kebutuhan anggota dimana anggota mewakilkan urusannya kepada pihak KSPPS, misalnya pada pengurusan SIM dan STNK kendaraan, pembelian barang tertentu di suatu tempat dan lain sebagainya.
- 10) *Kafalah* secara bahasa artinya penjaminan, secara umum *Kafalah* merupakan penjaminan yang dilakukan KSPPS kepada anggotanya guna mendapatkan fasilitas dari pihak ketiga dan anggota memberikan imbalan dalam bentuk *ujroh* (Buchori, 2012). *Kafalah* timbul dikarenakan transaksi yang dilakukan anggota kepada pihak ketiga yang membutuhkan jaminan KSPPS yang anggotanya berhubungan dengannya. Misalnya apabila anggota mengajukan pembiayaan ke Bank Syariah dimana KSPPS sebagai penjamin kelancaran angsuran pinjaman yang dilakukan anggotanya.

D. Landasan Teologis

1. Strategi pemasaran

- a. Dasar pemasaran menurut dalil sunah Dari Hakim bin Hizam, Nabi bersabda:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ عَنْ شُعْبَةَ ح وَ حَدَّثَنَا عَمْرُو بْنُ عَلِيٍّ
 حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ وَعَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ مَهْدِيٍّ قَالَا حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ أَبِي
 الْخَلِيلِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْحَارِثِ عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِرَامٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ
 الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَ
 بَرَكَتُهُ بَيْنَهُمَا حَدَّثَنَا عَمْرُو بْنُ عَلِيٍّ حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ مَهْدِيٍّ حَدَّثَنَا هَمَّامٌ عَنْ أَبِي
 التَّيَّاحِ قَالَ سَمِعْتُ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ الْحَارِثِ يُحَدِّثُ عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِرَامٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ
 عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِمِثْلِهِ قَالَ مُسْلِمٌ بْنُ الْحَجَّاجِ وُلِدَ حَكِيمٌ بْنُ حِرَامٍ فِي جَوْفِ الْكَعْبَةِ وَعَاشَرَ
 مِائَةً وَعِشْرِينَ سَنَةً

Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Al Mutsanna telah menceritakan kepada kami Yahya bin Sa'id dari Syu'bah. Dan dari jalur lain, telah menceritakan kepada kami Amru bin Ali telah menceritakan kepada kami Yahya bin Sa'id dan Abdurrahman bin Mahdi keduanya berkata; Telah menceritakan kepada kami Syu'bah dari Qatadah dari Abu Al Khalil dari Abdullah bin Al Harits dari Hakim bin Hizam dari Nabi Shallallahu 'alaihi wa sallam, beliau bersabda: "Orang yang bertransaksi jual beli berhak khayar (memilih) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan terbuka, maka keduanya akan mendapatkan keberkahan dalam jual beli, tapi jika keduanya berdusta dan tidak terbuka, maka keberkahan jual beli antara keduanya akan hilang." Telah menceritakan kepada kami Amru bin Ali telah menceritakan kepada kami Abdurrahman bin Mahdi telah menceritakan kepada kami Hammam dari Abu At Tayyah dia berkata; Saya mendengar Abdullah bin Al Harits telah

menceritakan dari Hakim bin Hizam dari Nabi Shallallahu 'alaihi wa sallam, seperti hadits di atas, Muslim bin Hajjaj berkata; Hakim bin Hizam dilahirkan di dalam Ka'bah, dan dia hidup selama seratus dua puluh tahun (HR. Muslim).

b. Strategi pemasaran tentang penjualan pribadi (*Personal Selling*) Al-Quran Ali Imran ayat 77

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُرَكِّبُهُمْ وَهُمْ عَذَابُ النَّارِ

“*Sesungguhnya orang-orang yang memperjualbelikan janji Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga murah, mereka itu tidak memperoleh bagian di akhirat, Allah tidak akan menyapa mereka, tidak akan memperhatikan mereka pada hari Kiamat, dan tidak akan menyucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih*”.

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam penjualan pribadi adalah keikhlasan. Berdasarkan hal itu. Keikhlasan pelaku bisnis diharapkan tidak berlaku curang atau melanggar kepentingan orang lain dengan sengaja. Pada saat presentasi tenaga penjual menguraikan fitur produk dengan menyebutkan kelebihan dari produknya. Oleh karena itu pada saat presentasi tenaga penjual harus dipersiapkan dengan baik, bertanya dengan pertanyaan terbuka. Dalam presentasi sebuah produk diharuskan berkata jujur, dan bisa memnuhi janji-janjinya.

2. Landasan Hukum Pembiayaan Murabahah

a. Pengaturan dalam Hukum Positif

1) Pasal 1 ayat 13 UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.

- 2) Ketentuan pembiayaan murabahah dalam praktik perbankan syariah di Indonesia dijelaskan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah.
- 3) Pasal 19 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang mengatur mengenai kegiatan usaha Bank Umum Syariah yang salah satunya yaitu Pembiayaan Murabahah.

b. Landasan Syariah

Jual beli dalam Islam sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia yang diridhai oleh Allah SWT, sebagaimana dalam Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW sebagai berikut:

- 1) Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Ayat diatas menjelaskan bahwa orang yang memakan atau mengambil riba mereka tidaklah bangkit berdiri di akhirat

kelak dari kubur-kubur mereka, kecuali sebagaimana berdirinya orang-orang yang dirasuki setan karena penyakit gila. Karena mereka mengatakan jual beli dan riba itu sama. Maka Allah mendustakan mereka dan menjelaskan bahwa Dia menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, karena dalam jual beli terdapat manfaat bagi orang-orang secara individual dan masyarakat, sedangkan dalam praktek riba terkandung unsur pemanfaatan kesempatan dalam kesempatan, hilangnya harta dan kehancuran. Barang siapa yang mematuhi larangan-Nya maka tidak ada dosa, dan barang siapa yang kembali pada transaksi riba karena menganggapnya halal maka akan kekal di neraka.

2) Hadist Jami' At-Tirmidzi tentang jual beli

حَدَّثَنَا أَبُو كُرَيْبٍ أُنْبَاءَنَا أَبُو أُسَامَةَ عَنْ عُبَيْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ عَنْ أَبِي الزِّنَادِ عَنِ الْأَعْرَجِ
عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ وَبَيْعِ الْخِصَاةِ
قَالَ وَفِي الْبَابِ عَنْ ابْنِ عُمَرَ وَابْنِ عَبَّاسٍ وَأَبِي سَعِيدٍ وَأَنْسٍ قَالَ أَبُو عَيْسَى حَدِيثُ
أَبِي هُرَيْرَةَ حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ وَالْعَمَلُ عَلَى هَذَا الْحَدِيثِ عِنْدَ أَهْلِ الْعِلْمِ كَرَهُوا
بَيْعَ الْغَرَرِ قَالَ الشَّافِعِيُّ وَمَنْ بَيَّعَ الْغَرَرَ بَيْعَ السَّمَكِ فِي الْمَاءِ وَبَيْعَ الْعَبْدِ الْأَبْقَى وَبَيْعَ
الطَّيْرِ فِي السَّمَاءِ وَخَوُّ ذَلِكَ مِنَ الْبُيُوعِ وَمَعْنَى بَيْعِ الْخِصَاةِ أَنْ يَقُولَ الْبَائِعُ لِلْمُشْتَرِي
إِذَا نَبَذْتُ إِلَيْكَ بِالْخِصَاةِ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ فِيمَا بَيْنِي وَبَيْنَكَ وَهَذَا شَبِيهٌ بِبَيْعِ
الْمُنَابَذَةِ وَكَانَ هَذَا مِنْ بُيُوعِ أَهْلِ الْجَاهِلِيَّةِ

Telah menceritakan kepada kami Abu Kuraib telah memberitakan kepada kami Abu Usamah dari Ubaidullah bin Umar dari Abu Az Zinad dari Al A'raj dari Abu Hurairah ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam melarang jual beli yang mengandung unsur

penipuan dan jual beli menggunakan kerikil. Ia mengatakan; Dalam hal ini ada hadits serupa dari Ibnu Umar, Ibnu Abbas, Abu Sa'id dan Anas. Abu Isa berkata; Hadits Abu Hurairah adalah hadits hasan shahih dan menjadi pedoman amal menurut para ulama, mereka memakruhkan jual beli yang mengandung unsur penipuan. Asy Syafi'i berkata; Termasuk jual beli yang mengandung unsur penipuan adalah jual beli ikan di air, jual beli seorang budak yang melarikan diri, jual beli burung di langit dan jual beli lain yang semacam itu. Maksud jual beli menggunakan kerikil adalah seorang penjual mengatakan kepada pembeli; Jika aku membuang kerikil ini kepadamu, maka wajib terlaksana akad jual beli yang terjadi antara aku dan kamu. Hal ini serupa dengan jual beli munabadzah yang termasuk salah satu dari jual beli orang-orang jahiliyah.

3. Landasan Hukum KSPPS

- a. Landasan hukum koperasi syariah merupakan pedoman dalam menentukan arah, tujuan, peran serta kedudukan koperasi terhadap pelaku-pelaku ekonomi lainnya didalam sistem perekonomian Indonesia. Dalam UU No. 25/1992 tentang pokok-pokok perkoperasian, koperasi Indonesia mempunyai landasan sebagai berikut:
 - 1) Landasan Idiil, sesuai bab II UU No.25/1992, Landasan Idiil Koperasi Indonesia adalah Pancasila.
 - 2) Landasan structural, UU Dasar 1945.
 - 3) Asas koperasi berdasarkan pasal 2 UU No. 25/1992, ditetapkan sebagai asas koperasi ialah kekeluargaan.
- b. Landasan syariah
 - 1) Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Anam ayat 165 mengenai koperasi syariah:

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَبْلُوكُمْ فِي مَا

آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ ء (١٦٥)

Artinya: Dialah yang menjadikan kamu sebagai khalifah-khalifah di bumi dan Dia meninggikan sebagian kamu beberapa derajat atas sebagian (yang lain) untuk menguji kamu atas apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu sangat cepat hukuman-Nya. Sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Ayat diatas menjelaskan bahwa distribusi pendapatan dan kekayaan yang didapatkan sesama anggota jumlahnya sama berdasarkan kontribusinya. Agama Islam mentolerir perbedaan kekayaan dan penghasilan karena manusia berbeda dalam karakter, kemampuan, kesungguhan dan bakat. Hal tersebut menjadi salah satu sebab perbedaan dalam pendapatan dan kekayaan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif berbentuk deskriptif yang menganalisis strategi pemasaran di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen. Menurut Strauss dan Corbin (1997) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan prosedur statistik atau cara pengukuran (Sujarweni, 2021). Pengambilan data dilakukan melalui informan yaitu manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen yang beralamatkan di Jalan Raya Kalisalak, Kemlaka, Kalisalak, Kecamatan Kebasen, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53172. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai sejak tanggal 1 Agustus 2022 sampai akhir penelitian 21 November 2022.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder dan sumber data sekunder:

1. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah ada sebelumnya kemudian dikumpulkan oleh peneliti, data diperoleh secara tidak langsung dari pihak lain seperti buku, jurnal, skripsi dan internet (Sitoyo & Sodik, 2015). Data sekunder dalam penelitian ini yaitu bentuk data berupa dokumentasi atau data dalam bentuk laporan yang telah tersedia dari KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen, berupa data dari kajian pustaka, buku-buku dan jurnal-jurnal. Mengenai strategi pemasaran pada produk pembiayaan murabahah. Data sekunder yang terkumpul digunakan untuk data pendukung dari penelitian yang dilakukan.

2. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung. Pengumpulan data primer dapat melalui kuesioner, wawancara dan observasi kepada manajer, divisi pemasaran KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen (Siyoto & Sodik, 2015). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yaitu manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen. Data yang diambil yaitu mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu berupa observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi kemudian hasilnya akan disimpulkan menggunakan analisis data menurut Miles (1994) dan Faisal (2003) untuk memperoleh data sesuai dengan kebutuhan peneliti.

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan kegiatan memperoleh informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan peneliti untuk membantu mengerti perilaku manusia dan evaluasi untuk pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut (Sujarweni, 2021). Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam (*in-depth interview*) dimana peneliti terlibat langsung secara mendalam dengan kehidupan subjek yang diteliti dan tanya jawab yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman yang disiapkan sebelumnya serta dilakukan berkali-kali (Sujarweni, 2021). Wawancara dilakukan kepada Manager dan Divisi Pemasaran KSPPS Hanada Quwais Sembada.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi (Sujarweni, 2021). Dokumentasi secara umum berbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jurnal kegiatan, dokumen pemerintah atau swasta, data tersimpan di website dan sebagainya.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif yaitu bersifat induktif. Dimana analisis berdasarkan data yang diperoleh, kemudian diperluas menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan sesuai dengan data tersebut, selain itu dicarikan data lagi secara berulang sehingga hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Apabila menggunakan teknik triangulasi, bila terbukti hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi sebuah teori (Sugiyono, 2015).

Menurut Miles (1994) dan Firman (2003) analisis data dilakukan selama pengumpulan data dilapangan dan setelah semua data terkumpul dengan teknik analisis model interaktif. Analisis data berlangsung secara bersama dengan proses pengumpulan data dan alur tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh, direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang menjadi pokok pembahasan dan difokuskan pada hal-hal yang penting. Data hasil mengikhtiarkan dan memilah-milah berdasarkan satuan konsep, tema dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga dapat mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan (Sujarweni, 2021).

2. Penyajian Data

Data yang telah diperoleh dikategorikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga memudahkan peneliti melihat pola-pola hubungan data satu dengan data lainnya.

3. Penyimpulan dan Verifikasi

Kegiatan penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kemudian kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat. Kesimpulan sementara perlu diverifikasi. Teknik yang dapat digunakan untuk memverifikasi adalah triangulasi sumber data dan metode, diskusi dan pengecekan anggota.

4. Kesimpulan Akhir

Kesimpulan akhir diperoleh berdasarkan kesimpulan sementara yang telah diverifikasi. Kesimpulan final ini diharapkan dapat diperoleh setelah pengumpulan data selesai.

F. Uji Keabsahan Data

Langkah selanjutnya yaitu harus bisa dianalisa kebenarannya. Dalam hal ini, alat yang digunakan yaitu teknik analisa data triangulasi. Menurut Maleong (2004), metode triangulasi yaitu suatu metode dengan cara memeriksa dan membandingkan kembali derajat kepercayaan dari informasi yang didapat dengan waktu dan data yang berbeda. Menurut (Wahyu, 2010: 102-103) ada empat teknik triangulasi yaitu:

1. Triangulasi Metode, merupakan suatu teknik menganalisa data serta informasi dengan minimal memakai dua metode. Bila informasi yang diperoleh berupa wawancara maka, perlu dilakukan uji kebenaran dengan hasil observasi.

2. Triangulasi Sumber, yaitu sebuah teknik pengujian keabsahan data dengan cara mencari data dan informasi yang serupa dengan subyek yang lainnya. data serta informasi tertentu perlu dipertanyakan kembali melalui responden yang berbeda dengan bukti dokumentasi. Hasil komparasi dan pengecekan sumber ini bertujuan untuk membuktikan apakah data yang diperoleh memiliki kebenaran yang tidak sama atau kebalikannya. Ada beberapa langkah dalam triangulasi sumber data, yaitu:
 - a. Membandingkan data/informasi hasil pengamatan dengan data/informasi hasil wawancara.
 - b. Membandingkan apa yang dikatakan orang ketiga dalam keadaan didepan umum dan apa yang dikatakan ketika dalam keadaan sendirian.
 - c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang mengenai keadaan penelitian dengan apa yang diucapkan sepanjang waktu.
 - d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan perspektif orang lain.
 - e. Membandingkan isi wawancara dengan isi dokumen yang berhubungan dengan fokus penelitian.
3. Triangulasi Situasi, yaitu suatu bentuk pengujian kebenaran data dari penyampaian seseorang responden dalam keadaan orang lain bukan keadaan sendirian. Dalam hal ini, faktor lingkungan sangat mempengaruhi hasil wawancara.
4. Triangulasi Teori, yaitu suatu bentuk pengujian data dengan mengkomparasikan apakah terdapat keparalelan penjelasan atau tidak antara teori satu dengan teori yang lainnya terhadap hasil penelitian.

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen

1. Sejarah dan Perkembangan KSPPS Hanada Quwais Sembada

KSPPS Hanada Quwais Sembada merupakan salah satu Lembaga Keuangan Islam yang memiliki kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam rangka meningkatkan ekonomi pengusaha kecil dan mitra bisnis. Upaya tersebut dilakukan dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan untuk masyarakat di sekitar.

Awal mula berdirinya KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu dari diskusi antar manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada (Alfalisyado) dengan ketua pengurus KSPPS Hanada Quwais Sembada (Sochimim) pada bulan Juli 2012. Pada saat itu mereka berdiskusi mengenai lembaga keuangan, kemudian mereka tertarik untuk mendirikan Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Sebelumnya manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada sudah mendirikan BMT Al-Furqon yang beralamat di Purwokerto sekitar bulan Maret 2013.

Setelah bulan Juli 2013 antara manajer dan Ketua Pengurus KSPPS Hanada Quwais Sembada berkomitmen untuk mendirikan LKS disertai dengan pembagian tugas yaitu silaturahmi dan sosialisasi kepada para tokoh masyarakat dan para pengusaha. Diskusi antara keduanya berlanjut setiap minggu guna membahas mengenai idealisme untuk mendirikan KSPPS Hanada Quwais Sembada hingga akhirnya terwujud. Diskusi tersebut membahas mengenai bagaimana sistem operasional yang akan digunakan dalam kegiatan usaha KSPPS Hanada Quwais Sembada hingga pembagian tugas yang lebih spesifik yaitu untuk ketua KSPPS Hanada Quwais Sembada mempersiapkan gedung, inventaris, peralatan dan perlengkapan kantor, sedangkan manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada membentuk tim kecil yang merancang master plan, RAB

(Rencana Anggaran Biaya), BEP, *company profile*, pembuatan slip proposal.

Mengenai visi dan misi dilakukan melalui diskusi selama 2 malam oleh ketua dan manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada, meskipun pada saat itu sudah ada gambaran tapi rancangan kata-kata belum selesai dan diskusi dihentikan, manajer meminta waktu untuk mendapatkan inspirasi. Hingga akhirnya setelah subuh manajer melaporkan kepada ketua atas visi dan misi KSPPS Hanada Quwais Sembada.

Diskusi berlanjut hingga bulan April yaitu merancang produk dan akad, selama dua minggu didapatkan beberapa produk dan akad yang akan digunakan dalam KSPPS Hanada Quwais Sembada. LKS juga menunjuk DPS (Dewan Pengawas Syariah) yaitu Ahmad Dahlan, S.Ag., dan Akhmad Faozan, Lc.,M.,A.g. tugas dari tim kecil yaitu menyiapkan program software untuk perusahaan yang diterbitkan oleh Aulia Software Consulting dan Jawa Barat (yang sudah dipakai oleh banyak LKS di Indonesia).

Pada bulan Juni dilakukan perekrutan Sumber Daya Manusia (SDM) karyawan yang akan membantu jalannya KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu Mustaniroh, Syefi Nur Jannah, dan Nasrul Aziz. Persiapan selanjutnya selama beberapa bulan sampai pada bulan September mengenai rencana proyek yang akan dilakukan secara bersamaan. Hingga akhirnya pada tanggal 09 Oktober 2013 KSPPS Hanada Quwais Sembada resmi berdiri. Alasan yang melandasi berdirinya KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu:

- a. Mayoritas masyarakat Kalisalak bersifat agamis namun masih menggunakan produk ekonomi konvensional.
- b. Kalisalak sebagai sentra ekonomi di Kecamatan Kebasen.
- c. Sebagai produksi Gula Merah yang berkualitas nasional.
- d. Sebagai misi dakwah.

- e. Di Kecamatan Kebasen sudah berdiri LKS namun belum menyebar hingga masyarakat Kalisalak.

Grand Opening tersebut dihadiri oleh semua lembaga pendidikan yang ada di Kecamatan Kebasen baik negeri maupun swasta, pemerintahan desa setempat, kecamatan, polsek dan koramil, muspika Kecamatan Kebasen, tokoh masyarakat, mitra bisnis dan pengusaha.

Dalam empat bulan kegiatan yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada sudah baik operasionalnya karena anggotanya yang sudah mencapai 210 dan daerah yang dirambah sudah cukup luas sampai pada wilayah Sampang, Kecamatan Tambak, Kecamatan Kroya dan wilayah Kecamatan Kebasen. Dari situ dapat dilihat perkembangan yang positif untuk melakukan suatu usaha baik funding maupun financing. Sementara untuk sejarah berdirinya KSPPS Hanada Quwais Sembada Cabang Purwokerto mulai merintis pada bulan Maret 2019 . Dan selalu mengalami peningkatan setiap bulannya.

Nama KSPPS Hanada Quwais Sembada diambil dari sebuah filosofi yaitu:

لَيْسَ الْقَيِّ مَنْ يَقُولُ كَانَ أَبِي وَلَكِنَّ الْقَيِّ مَنْ يَقُولُ هَذَا

Yang berarti: “Bukanlah seorang pemuda yang mengatakan inilah Bapak saya, akan tetapi seorang pemuda yang mengatakan inilah saya apa adanya”.

Filosofi tersebut mempunyai maksud bahwa seorang pemuda yang mengatakan inilah saya (dengan kemandiriannya, dan menunjukkan jati dirinya), seorang pemuda yang tidak hanya mengandalkan kebesaran nama dari orangtuanya. Jadi dapat diartikan bahwa KSPPS Hanada Quwais Sembada itu sebuah lembaga yang mandiri dan tidak bergantung pada kebesaran nama dari orang lain atau lembaga lain. KSPPS Hanada Quwais Sembada mampu untuk berdiri sendiri dengan bentuk aslinya dan mampu untuk bersaing dengan lembaga lain, serta menunjukkan bahwa

KSPPS Hanada Quwais Sembada merupakan lembaga yang memiliki kualitas. Dengan “Quwais” berasal dari bahasa Arab yang memiliki arti bagus atau istimewa. Secara keseluruhan makna dari filosofi tersebut yaitu KSPPS Hanada Quwais Sembada yang hadir di tengah-tengah masyarakat dengan kemandiriannya, jati dirinya dan tidak bergantung pada kebesaran nama dari orang lain atau lembaga lain serta memiliki kualitas dan juga istimewa.

2. Visi dan Misi KSPPS Hanada Quwais Sembada

Visi KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu menjadi lembaga keuangan syariah yang tepat dalam bermitra, terpercaya dan investasi sesuai syariah.

Misi KSPPS Hanada Quwais Sembada:

- a. Memberikan layanan prima.
- b. Mengutamakan kebersamaan.
- c. Mengedepankan akuntabilitas.
- d. Memberdayakan ekonomi umat.
- e. Berdakwah dalam bingkai muamalah.
- f. Melaksanakan prinsip-prinsip syariah.

3. Produk-Produk KSPPS Hanada Quwais Sembada

Adapun produk-produk yang ada di KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu sebagai berikut:

a. Produk Funding

KSPPS Hanada Quwais Sembada menawarkan produk-produk simpanan atau tabungan dengan menggunakan prinsip syariah yang terhindari dari riba yang diharamkan oleh Allah SWT, semua produk simpanan yang ditawarkan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada menggunakan akad simpanan *wadi'ah*. *Wadi'ah* merupakan prinsip simpanan murni dari pihak yang menyimpan atau yang menitipkan kepada pihak yang menerima titipan untuk dimanfaatkan atau tidak dimanfaatkan sesuai keuntungan titipan. Jenis-jenis *Wadi'ah* yaitu

Wadi'ah Yad Amanah yaitu titipan murni dari pihak yang menitipkan barang kepada pihak penerima titipan. Pihak penerima titipan harus menjaga dan memelihara barang titipan dan tidak diperkenankan untuk memanfaatkannya. Penerima barang titipan akan menerima barang dengan utuh kepada pihak yang menitipkan setiap saat ketika barang tersebut dibutuhkan. *Wadi'ah Yad Dhamanah* yaitu akad wadiah dimana pihak penerima titipan akan memanfaatkan barang yang dititipi. Penerima titipan wajib mengembalikan barangnya secara utuh, penerima titipan diperbolehkan memberikan imbalan dalam bentuk bonus yang diperjanjikan sebelumnya. Maka akad yang dibutuhkan dalam produk funding di KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu *Wadi'ah Yad Dhamanah*, dalam hal ini pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada berhak mengelola dana tersebut sesuai dengan prinsip syariah, untuk disalurkan sebagai pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dengan timbal balik bonus yang diberikan kepada pemilik simpanan dengan presentase yang sudah ditentukan oleh pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada dengan penyesuaian pendapatan perbulan.

Adapun produk-produk yang ada di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Pusat Kebasen, yaitu:

- 1) Hanabung (Hanada Tabungan Berkah) merupakan produk tabungan yang amanah dan barokah baik atas nama perorangan maupun nama lembaga yang digunakan untuk semua kalangan.
- 2) Hanawisata (Hanada Pariwisata dan Ziarah) merupakan produk yang dibuat untuk yang senang bepergian dan wisata religi. Keunggulannya yaitu setoran antar jemput, serta mendapatkan bagi hasil yang berkah, selain itu KSPPS Hanada Quwais Sembada juga menyediakan armada bagi program hanawisata.
- 3) Hanadikan (Hanada Pendidikan) merupakan simpanan yang ditujukan bagi orang tua yang ingin mewujudkan impian anak-anaknya dalam pendidikan untuk masa depan.

- 4) Hanapensi (Hanada Pensiun) merupakan produk simpanan yang ditujukan untuk kepentingan hari tua/masa pensiun yang lebih tentram. Dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.
- 5) Hanakaro (Hanada Simpanan Berjangka Mudharabah) merupakan produk simpanan berjangka mudharabah yang mempunyai keunggulan yaitu dana aman dan bagi hasil yang kompetitif yakni 3 bulan 40:60, 6 bulan 45:55, 12 bulan 50:50.
- 6) Hanajah (Tabungan Hajatan/Walimah) merupakan produk tabungan hajatan atau walimah dimana simpanan menuju masa depan sesuai dengan impian nasabah. Produk ini mempunyai keunggulan diantaranya penyetoran simpanan sesuai dengan kesepakatan program hajatan, dan dapat diambil ketika program selesai dengan minimal waktu 6 bulan.
- 7) Hanaban (Hanada Qurban) merupakan tabungan qurban dengan tujuan agar semua orang muslim dapat berqurban. Hanaban memiliki keunggulan yaitu pelayanan jemput setiap kali setoran, bisa pribadi maupun kelompok, setoran awal Rp 10.000,- dan selanjutnya Rp 10.000,-, dan pelayanan pembelian hingga diantarkan.
- 8) Hanalin (Simpanan Bersalin) Hanalin sangat cocok untuk ibu-ibu yang sedang hamil dan akan melahirkan, karena sekarang proses bersalin membutuhkan biaya yang tidak sedikit.
- 9) Hanajiro (Hanada Haji/Umroh) merupakan produk yang dirancang untuk mewujudkan atau menyempurnakan rukun Islam ke lima yaitu menunaikan ibadah Haji ke tanah suci. Dengan membuka simpanan Hanajiro dapat membantu menunaikan ibadah Haji/umrah. Dengan setoran awal Rp 500.000,- dan setoran selanjutnya Rp 10.000,-
- 10) Produk PBOP, PPOB merupakan kepanjangan dari *Payment Online Bank* atau penyedia jasa pembayaran online yang

bekerjasama dengan bank yang beroperasi 24 jam secara *real time*.
Produk PPOB di KSPPS Hanada Quwais Sembada sebagai berikut:

- a) Pembayaran listrik
- b) Pembayaran telepon
- c) Pembayaran PDAM
- d) Pembayaran *indihome*
- e) Pembayaran tiket kereta api
- f) Jual dan deposit pulsa
- g) Transfer uang

Dalam pembuatan tabungan ada beberapa persyaratan yang harus dilengkapi oleh seorang anggota, diantaranya:

- a) Menjadi anggota KSPPS Hanada Quwais Sembada
- b) Mengisi formulir pembukaan rekening
- c) Mengisi *fotocopy* identitas (KTP)

b. Produk *Financing*

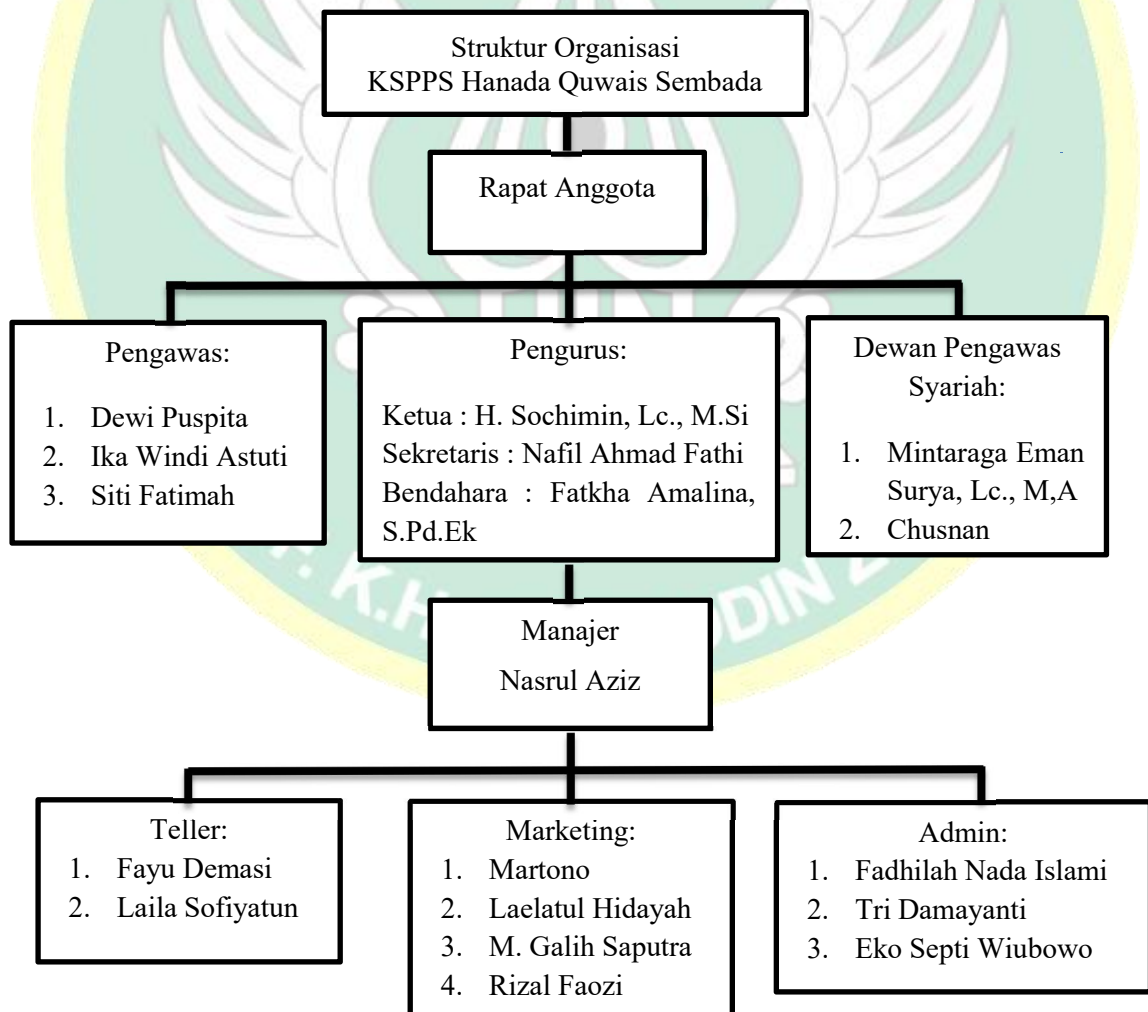
- 1) Pembiayaan Mudharabah, diperuntukkan bagi anggota yang mempunyai usaha produktif dengan tingkat keuntungan yang baik serta membutuhkan modal kerja.
- 2) Pembiayaan Murabahah, digunakan untuk membantu anggota yang membutuhkan barang atau keperluan dagang, kebutuhan rumah tangga atau produksi, namun dana yang dimiliki tidak cukup untuk membeli secara tunai.
- 3) Pembiayaan talangan, merupakan pembiayaan tanpa imbalan, pinjaman untuk keperluan mendesak, kewajiban peminjam sesuai pinjaman, dan peminjam diperbolehkan memberikan jasa tanpa diperjanjikan dari awal. Persyaratan dalam pembiayaan talangan harus dipenuhi dalam pembiayaan yang dilakukan oleh mitra kerja atau nasabah sebagai berikut:
 - a) Menjadi anggota KSPPS Hanada Quwais Sembada
 - b) Mengisi formulir pengajuan pembiayaan

- c) Melampirkan *fotocopy* KTP suami dan istri (bagi yang sudah menikah)
- d) Melampirkan *fotocopy* kartu keluarga
- e) Melampirkan *fotocopy* surat yang akan dijaminkan
- f) Siap untuk disurvei

c. Struktur Organisasi Hanada Quwais Sembada

Secara structural susunan kepengurusan KSPPS Hanada Quwais Sembada yang dipilih dan disusun sesuai dengan rapat anggota, adalah sebagai berikut:

Bagan 4.1 Struktur Organisasi
Struktur Organisasi KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen Banyumas



d. Fungsi dan Tugas

Badan pengurus dibentuk oleh anggota, pengurus atau persetujuan rapat anggota dapat menunjuk seseorang untuk melakukan tugas pemimpin harian dalam usaha kegiatan di KSPPS Hanada Quwais Sembada. Pemimpin terdiri atas Ketua, Sekretaris, dan Bendahara. Tugas badan pengurus, sebagai berikut:

- 1) Mengelola organisasi dan usaha KSPPS Hanada Quwais Sembada.
- 2) Melakukan segala perbuatan hukum untuk dan atas nama KSPPS Hanada Quwais Sembada.
- 3) Mewakili KSPPS Hanada Quwais Sembada diluar dan hadapan pengadilan.

Berikut tugas dan fungsi badan pengurus di KSPPS Hanada Quwais Sembada:

1) Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah dibentuk oleh anggota, mempunyai tugas sebagai berikut:

- a) Mengawasi dan memberikan penilaian terhadap kegiatan operasional KSPPS Hanada Quwais Sembada.
- b) Melakukan pemeriksaan administrasi keuangan dan pengelolaan penggunaan dana seluruh kekayaan milik KSPPS Hanada Quwais Sembada.
- c) Mengadakan supervise atas jaminan yang diterima oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada.
- d) Memberikan saran dan pertimbangan mengenai langkah atau tindakan yang perlu diambil dalam bidang tugasnya.

2) Manajer

Fungsi dan kedudukan manajer umum yaitu:

- a) Sebagai pelaksana di bidang usaha dan bertanggung jawab kepada pengurus.

- b) Sebagai pelaksana dan kebijakan yang diambil oleh badan pengurus.
 - c) Menetapkan struktur organisasi dan manajemen serta menjamin keberlangsungan usaha KSPPS Hanada Quwais Sembada.
 - d) Bekerja terus menerus selama tidak bertentangan dengan AD/ART dan keputusan rapat anggota.
 - e) Mengembangkan sikap percaya atas kekurangan dan kemampuan KSPPS Hanada Quwais Sembada dalam kegiatannya.
 - f) Menerima pertanggungjawaban dari masing-masing bagian di bawahnya atas pelaksanaan tugas selama periode tertentu.
- 3) Bagian Pembiayaan
- a) Mengarsipkan seluruh pengajuan permohonan pembiayaan.
 - b) Mengsurvei calon anggota dengan usaha-usaha anggota yang potensial.
 - c) Merealisasikan permohonan anggota.
 - d) Menyampaikan surat penolakan kepada calon anggota yang tidak memenuhi kriteria sebagai anggota KSPPS Hanada Quwais Sembada setelah disurvei.
 - e) Mengawasi posisi setiap pembiayaan anggota, memantau agar pelunasannya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
 - f) Melakukan pengalihan ke setiap anggota yang diberikan pembiayaan secara bijak, mendidik, dan efektif sesuai dengan tanggal atau waktu yang disepakati.
 - g) Setiap akhir bulan menghitung jumlah anggota aktif dan presentase kemacetan.
- 4) Kasir atau Teller
- Tugas Kasir bertanggung jawab kepada manajer. Tugasnya melaksanakan seluruh aktifitas yang ada hubungannya dengan transaksi.
- 5) Marketing dan Kolektor

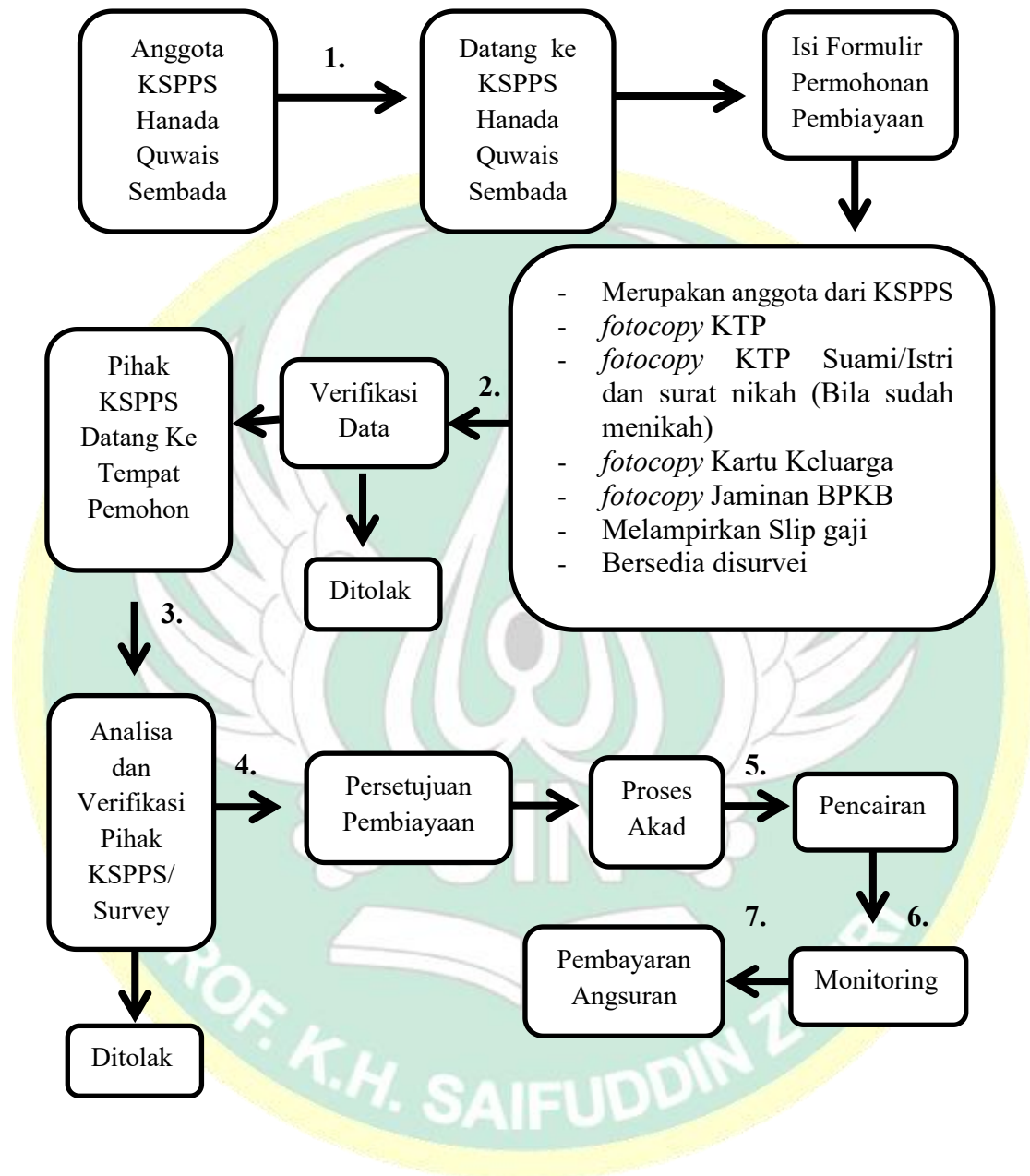
Tugas marketing dan kolektor, sebagai berikut:

- a) Melakukan kegiatan pemasaran terhadap produk-produk lembaga supaya terjual, baik melalui brosur atau pendekatan kekeluargaan terhadap mitra yang membutuhkan.
- b) Memastikan angsuran yang harus jempit tagihan sesuai dengan waktunya.
- c) Memastikan tidak ada selisih antara dana yang dijempit dengan dana yang disetorkan kepada lembaga.
- d) Membantu memberikan jalan keluar atau solusi bagi mitra usaha yang bermasalah, melakukan penjualan jaminan dan upaya-upaya lainnya baik secara kekeluargaan maupun secara hukum yang sedang berlaku.
- e) Menyelenggarakan administrasi yang berisi daftar *nominative* pendaftaran pembiayaan.
- f) Merekap hasil tagihan yang memuat seluruh total pembiayaan yang menjadi target marketing.

B. Mekanisme Pembiayaan Murabahah di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen

Dalam mengajukan pembiayaan Murabahah di KSPPS Hanada Quwais Sembada seorang anggota harus memenuhi beberapa persyaratan yang sudah ditetapkan, salah satunya yaitu persyaratan barang agunan atau jaminan selama pembiayaan. Barang jaminan tersebut memiliki hak dan kekuasaan bagi pihak KSPPS untuk mendapatkan pelunasan melalui barang jaminan tersebut ketika anggota tidak mampu menyelesaikan pembiayaan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dengan adanya barang jaminan maka dapat memperkecil resiko yang mungkin saja terjadi dan menimbulkan kerugian, barang jaminan juga dapat dijadikan untuk memastikan kesanggupan anggota dalam melakukan pembiayaan.

Gambar 4.1
Skema Tahapan Pembiayaan Murabahah



Keterangan:

Tahapan alur atau mekanisme pembiayaan murabahah pada KSPPS Hanada Quwais Sembada sebagai berikut:

1. Tahap Permohonan Pembiayaan

Tahap pertama yaitu nasabah mengajukan pembiayaan langsung datang ke KSPPS Hanada Quwais Sembada. Pihak KSPPS akan menanyakan maksud melakukan permohonan pembiayaan serta menjelaskan sistem pembiayaan dengan prinsip syariah. Selanjutnya calon anggota mengisi formulir, formulir ini akan menjadi arsip dan menjadi identitas lengkap dari calon anggota.

Syarat-syarat dalam pembiayaan murabahah yaitu:

- a. Merupakan anggota dari KSPPS Hanada Quwais Sembada
 - b. Melampirkan *fotocopy* KTP pribadi dan KTP orangtua (bagi yang belum menikah)
 - c. Melampirkan *fotocopy* KTP Suami/Istri (bagi yang sudah menikah)
 - d. Melampirkan *fotocopy* Surat Nikah (bagi yang sudah menikah)
 - e. Melampirkan *fotocopy* Kartu Keluarga
 - f. Melampirkan *fotocopy* Jaminan BPKB
 - g. Melampirkan Slip gaji
 - h. Bersedia disurvei
2. Tahap Pemeriksaan

Tahap kedua yaitu *Customer service* melakukan pemeriksaan kebenaran/validitas dan kelengkapan berkas calon anggota agar mengetahui kemampuan anggota dalam melunasi pembiayaan serta melihat riwayat pembiayaan dan bagaimana kualitas pembiayaannya lancar atau tidak, jika ada persyaratan yang kurang maka anggota harus melengkapi persyaratan tersebut. Jika dinyatakan lolos maka akan lanjut ke tahap selanjutnya.

3. Tahap Analisa Pembiayaan

Dalam tahap ini, pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada melakukan penilaian terhadap anggota yang mengajukan pembiayaan.

Penilaian yang diukur yaitu:

- a. Character (Karakter) berkaitan dengan perilaku dan karakter anggota, seperti anggota yang memiliki perilaku jujur, baik, ramah dan lain sebagainya.

- b. *Capacity* (Kemampuan anggota), kemampuan anggota dapat dilihat dari kondisi keuangannya dalam menjalankan usaha, slip gaji anggota, apakah berpenghasilan tetap atau tidak.
- c. *Condition* (Keadaan) merupakan aspek status usaha yang dimiliki memang milik sendiri, bukan milik orang lain serta usaha tersebut memiliki peluang untuk kedepannya.
- d. *Collateral* (Jaminan) merupakan aspek yang menentukan jumlah pembiayaan yang dicairkan dapat diterima anggota.
- e. *Capital* (modal), berkaitan dengan struktur modal usaha yang diperlukan oleh anggota dalam melakukan usahanya.

4. Tahap Persetujuan

Dalam tahap persetujuan berkas hasil analisa akan diberikan kepada manajer dan selanjutnya akan memperoleh keputusan apakah pembiayaan disetujui atau tidak disetujui. Jika pembiayaan disetujui maka dilanjutkan proses untuk diserahkan ke admin pembiayaan, yang selanjutnya akan dibuatkan akad pembiayaan. Selanjutnya melakukan akad pembiayaan dengan anggota serta tanda tangan diatas materai sebagai bukti hukum yang mengikat. Dan apabila pembiayaan tidak disetujui maka akan dibuatkan surat penolakan bahwa tidak bisa melakukan pembiayaan untuk anggota dan semua berkas dikembalikan.

5. Tahap Pencairan

Setelah proses disetujui selanjutnya yaitu proses pencairan, Apabila sistem pembiayaannya dengan wakalah artinya nasabah akan membeli sendiri barang yang dibutuhkan maka proses pencairan akan langsung diberikan kepada anggota dengan cara anggota datang langsung ke KSPPS Hanada Quwais Sembada atau di antar oleh marketing. Apabila pencairan dalam bentuk barang atau barang sudah disediakan oleh perusahaan maka barang tersebut langsung diserahkan kepada anggota dengan jaminan diikat sesuai dengan ketentuan.

6. Tahap Monitoring

Marketing melakukan monitoring dan pembinaan kepada anggota setelah anggota membeli barang dengan sistem wakalah untuk pembelian produk modal kerja kecuali saat pembelian kendaraan atau barang elektronik seperti motor, mobil, handphone maka tidak menggunakan wakalah pihak Koperasi yang akan langsung memberikan barang tersebut.

“monitoring kita lakukan kepada anggota ketika waktu angsuran tiba sekalian dilakukan monitoring, misalkan toko kelontong ketika marketing melakukan penarikan angsuran pada bulan pertama, dan barang masih banyak bisa jadi anggota bisa memutar modalnya kembali dan bisa jadi tidak bisa memutar modalnya kembali, tetapi ketika bulan pertama, kedua, ketiga dan seterusnya barangnya masih banyak dan angsurannya lancar berarti usaha toko kelontong tersebut dapat memutar modalnya” Penjelasan divisi marketing di KSPPS Hanada Quwais Sembada.

7. Tahap Pembayaran Angsuran/Pelunasan
 - a. Anggota langsung membayar lewat teller, kemudian setoran akan diinput di rekening anggota secara terus menerus sesuai dengan jumlahnya.
 - b. Apabila semua pembiayaan sudah lunas, maka anggota dapat mengambil jaminannya.

C. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen

Sebagai lembaga keuangan syariah KSPPS Hanada Quwais Sembada berupaya menyediakan produk dan jasa yang lengkap dan bermutu tinggi. Untuk mencapai sasaran yang dituju KSPPS Hanada Quwais Sembada melakukan pelayanan dengan sebaik-baiknya guna untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas anggotanya. Perkembangan jumlah anggota pada KSPPS Hanada Quwais Sembada tidak terlepas dari dukungan sistem

pemasaran yang baik. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada untuk memasarkan produknya yaitu dengan menggunakan perumusan strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar, dan strategi posisi pasar.

Berikut yaitu uraian mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada KSPPS Hanada Quwais Sembada:

a. Strategi Segmentasi Pasar (*Segmentation*) langkah pertama yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu dengan mensegmentasi pasar.

Kriteria yang dibutuhkan dalam segmentasi pasar antara lain:

1) Segmentasi geografis: secara geografis KSPPS Hanada Quwais Sembada membagi segmen wilayah mulai dari anggota yang berada di wilayah sekitar KSPPS yaitu wilayah Banyumas hingga anggota yang berada diluar kabupaten KSPPS Hanada Quwais Sembada seperti anggota yang berada di Kabupaten Cilacap seperti kroya, sampang, buntu. Serta KSPPS memiliki kantor cabang yang berada di Purwokerto guna untuk dapat mengetahui dan mengontrol pencapaian yang di targetkan oleh perusahaan terutama dalam hal pembiayaan dalam wilayah Purwokerto.

2) Segmentasi demografis: dalam segmentasi demografis melibatkan beberapa faktor seperti jenis kelamin, usia, status, penghasilan, pendidikan dan pekerjaan. Dilihat dari faktor jenis kelamin, tidak ada pengkhususan mengenai jenis kelamin, sedangkan untuk faktor usia minimal berusia 17 tahun, status yang dimiliki anggota tidak mempengaruhi untuk pembiayaan murabahah, sedangkan untuk faktor penghasilan digunakan untuk mempertimbangkan pencairan pembiayaan murabahah, lalu untuk pendidikan tidak ada pengkhususan. Sedangkan untuk pekerjaan didominasi oleh para pedagang.

b. Strategi Penentuan Pasar Sasaran (*Targeting*)

Setelah menentukan segmen pasar, langkah selanjutnya yaitu menentukan target pasar. Agar penjualan produk murabahah tepat sasaran maka diperlukan penyesuaian pada pasar sasaran. Secara umum KSPPS

Hanada Quwais Sembada membidik seluruh target pasar yang ada, mulai dari menengah kebawah hingga menengah keatas. Akan tetapi, KSPPS memiliki tujuan membantu masyarakat menengah kebawah dengan tujuan pemberian modal kepada para usaha kecil. KSPPS Hanada Quwais Sembada memiliki target pemasaran pada para pedagang yang memang membutuhkan modal untuk usahanya, termasuk masyarakat yang membutuhkan pembiayaan untuk kebutuhan konsumtif.

“kalau untuk target dalam produk pembiayaan murabahah bisa siapa saja, kami tidak memiliki target khusus. Namun, kebanyakan yang memilih produk pembiayaan murabahah yaitu para pedagang yang kekurangan akan modal usahanya” Tutur Manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada.

c. Strategi Posisi Pasar (*Positioning*)

Positioning merupakan upaya yang dilakukan untuk membentuk citra sebuah produk dengan produk lain dipasar atau diposisikan terhadap merek bersaing dalam persepsi konsumen. KSPPS Hanada Quwais Sembada dalam menciptakan citra yang baik yaitu dengan melakukan proses negosiasi sebelum akad sesuai dengan prinsip syariah yaitu bebas riba dan tidak adanya transaksi samar-samar kemudian KSPPS Hanada dapat membelikan barang sesuai dengan keinginan anggota dengan sistem jemput bola yang memudahkan anggota. Pelayanan yang diberikan KSPPS kepada anggota dilakukan dengan sikap yang sopan, ramah. Produk murabahah ini dapat dengan maksimal digunakan untuk usaha, karena pembiayaan yang dikeluarkan dalam bentuk barang, jadi barang tersebut dapat dipergunakan untuk usaha semua.

“kelebihan dari produk murabahah yaitu kami dapat membelikan barang sesuai keinginan anggota serta pembiayaan murabahah ini keluar dalam bentuk barang jadi kalau untuk usaha bisa maksimal, coba kalau keluar dalam bentuk uang bisa saja uang tersebut tidak dibelanjakan untuk usaha semua” Tutur Manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada.

d. Strategi Produk

Meliputi produk spesifik yang dijual dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk merupakan unsur penting dalam pemasaran. Perusahaan selalu mengutamakan produk yang bermutu tinggi untuk para konsumennya. Maka dari itu KSPPS Hanada Quwais Sembada selalu memberikan yang terbaik untuk para anggotanya, produk unggulan pembiayaan murabahah merupakan produk *financing* dengan menggunakan akad jual beli dengan margin yang bersaing, dengan tujuan untuk kebutuhan permodalan usaha maupun kebutuhan konsumtif seperti renovasi rumah, pembelian kendaraan dan sebagainya.. Produk murabahah merupakan salah satu produk pembiayaan unggulan dan banyak diminati oleh banyak anggota karena sistemnya yang mudah, dalam pembiayaan murabahah tidak ada syarat untuk melampirkan pembukuan keuangan usahanya. Serta apabila digunakan untuk usaha dapat dengan maksimal karena pembiayaan murabahah keluar dalam bentuk barang. Kebanyakan anggota yang memilih produk pembiayaan murabahah merupakan anggota yang akan memulai usaha atau yang sudah memiliki usaha kecil yang belum memiliki catatan mengenai keuangannya. Seperti yang dikatakan manager KSPPS Hanada Quwais Sembada :

“pembiayaan murabahah merupakan produk yang paling banyak diminati oleh anggota karena sistemnya yang mudah dibandingkan dengan pembiayaan yang lain. Dalam pembiayaan murabahah tidak menggunakan pembukuan keuangan untuk persyaratan. Maka dari itu banyak masyarakat yang memilih pembiayaan murabahah. tujuan adanya pembiayaan murabahah di KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu agar nasabah tau bahwa ada lembaga keuangan syariah yang tidak menghutangkan uang, jadi dari murabahah dengan jual beli barang. Dan agar terhindar dari riba”

e. Penetapan harga

Penetapan harga berarti menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan. Sistem harga yang digunakan dalam KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu dengan mengikuti harga pasar dengan menggunakan sistem margin. Besaran margin yaitu 2.1% dan 2.5% sesuai dengan barang yang akan dibeli. Untuk plafon pembiayaan yang sudah ditentukan minimal Rp. 1.000.000,- dan maksimal Rp. 100.000.000,- dalam menentukan margin KSPPS mempertimbangkan plafon dan jangka waktu pembiayaan serta proses negosiasi margin yang terjadi antara KSPPS dengan anggota yang telah ditetapkan. Semakin besar plafon maka semakin besar pula potongan yang akan didapat oleh anggota. Sebagai contoh seorang anggota mengajukan pembiayaan yang mana harga beli barang sebesar Rp 10.000.000 dengan besaran margin 2,5% jangka waktu pembiayaan selama 10 bulan yaitu sebesar 25% selama 10 bulan. Maka angsuran yang harus dibayarkan oleh anggota sebesar Rp 1.250.000/bulan.

“kita selalu survey mengenai harga pasar, missal pembiayaan Handphone umumnya marginnya pada berapa, sebisa mungkin jaraknya tidak begitu jauh dengan harga pasar, tapi kebanyakan orang ngambil pembiayaan di KSPPS Hanada Quwais Sembada berarti disini lebih murah daripada yang lain”

- f. Komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, personal selling, dan public relation.

Proses penyampaian informasi kepada masyarakat yaitu dengan cara promosi. Promosi yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah yaitu:

- 1) Kekeluargaan

Strtategi ini lebih ditekankan kepada hubungan antara nasabah dengan pihak bank. Secara tidak langsung memiliki tujuan untuk mempererat hubungan anatara keduanya sehingga nasabah akan lebih nyaman dan akrab dengan bank. KSPPS Hanada Quwais Sembada menggunakan strategi ini dengan cara bersilaturahmi

mengunjungi rumah atau tempat usaha, mereka menjelaskan kepada anggota/calon anggota mengenai produk murabahah. Selain itu, silaturahmi juga dilakukan kepada anggota yang lama tidak aktif dalam KSPPS. Dengan menggunakan strategi kekeluargaan ini anggota menjadi lebih akrab dengan KSPPS.

2) Periklanan

Tujuan dari adanya iklan yaitu untuk mempengaruhi dan menarik calon anggota. Media yang digunakan dalam periklanan yaitu melalui media sosial dengan cara menyebarkan iklan melalui status maupun postingan instagram dan status whatsapp, iklan tersebut berupa pamflet dalam bentuk gambar. Serta dengan penyebaran brosur kepada masyarakat oleh divisi marketing. Namun, belakangan ini KSPPS Hanada Quwais Sembada kurang menggunakan brosur dalam periklanan karena sekarang media sosial lebih mudah digunakan untuk promosi, selain itu lebih menghemat biaya.

3) Publistis

Citra perusahaan yang baik merupakan salah satu cara untuk menarik calon anggota dan mempertahankan anggota. Dengan menggunakan alat publisitas melalui status WhatsApp dan status Instagram KSPPS mengenalkan produk Murabahah kepada calon anggota. Sosial media saat ini merupakan media penyampaian informasi yang efektif dan efisien, karena kebanyakan masyarakat menggunakan sosial media, dan dengan WA anggota dapat dengan mudah konsultasi mengenai pembiayaan murabahah.

4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi merupakan cara memasarkan produk secara langsung antara penjual dan pembeli. Penjualan pribadi dalam KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu secara *door to door* atau dengan mengunjungi rumah atau tempat usaha calon anggota. Dengan *door to door* KSPPS Hanada Quwais Sembada dapat menjelaskan secara langsung kepada calon anggota mengenai produk pembiayaan

murabahah. Sehingga calon anggota dapat dengan jelas mendapatkan informasi tersebut dan dapat konsultasi secara langsung kepada divisi marketing.

5) Jemput Bola (Direct)

KSPPS Hanada Quwais Sembada memberikan pelayanan dan kenyamanan kepada para anggota yaitu dengan cara para tenaga pemasar melakukan antar jemput pembiayaan anggota ke rumah atau tempat usaha anggota yang disebut dengan sistem jemput bola. Anggota tidak perlu repot-repot keluar rumah untuk melakukan angsuran. Bagi anggota yang ingin mengambil tabungan maupun pun bisa memintanya kepada salah satu karyawan kemudian akan diantar langsung kepada anggota. Sistem tersebut sangat membantu anggota, terlebih bagi anggota yang tidak memiliki waktu atau tidak menyempatkan untuk datang ke kantor. Selain itu, dengan menggunakan sistem jemput bola dapat meminimalisir tingkat pembiayaan-pembiayaan yang kurang lancar, anggota dapat membayarkan angsuran dengan tepat waktu.

6) Word of Mouth (Informasi dari mulut ke mulut)

Informasi yang diperoleh anggota dari KSPPS Hanada Quwais Sembada akan disebarluaskan kepada masyarakat luas, kemudian masyarakat tersebut memberitahukan kembali kepada masyarakat lain, hal tersebut berlanjut terus menerus. Dengan begitu masyarakat yang belum menjadi anggota akan tertarik dengan informasi tersebut. Strategi seperti itu merupakan strategi promosi yang paling efektif dan banyak digunakan untuk menambah anggota baru, karena masyarakat akan lebih percaya dengan penilaian anggota yang sudah menggunakan produk dari KSPPS Hanada Quwais Sembada.

“Dalam mempromosikan produk murabahah kita menggunakan strategi sama dengan produk yang lain seperti penyebaran brosur, promosi di media sosial, kebanyakan

orang mengetahui produk ini dari mulut ke mulut atau testimoni dari anggota yang sudah menggunakan produk dari kami, biasanya anggota sendiri yang menawarkan atau menyarankan kepada saudaranya atau masyarakat sekitarnya yang belum mengetahui produk ini. Strategi pemasaran dari mulut kemulut sangat membantu kita, karena masyarakat lebih percaya kepada anggota yang sudah menggunakan produk murabahah dari KSPPS Hanada Quwais Sembada” Penjelasan dari Manajer KSPPS Hanada Quwais Sembada.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran pada produk pembiayaan murabahah yang dilakukan di KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu :
 - a. Segmentasi, dimana KSPPS Hanada Quwais Sembada membagi anggota dengan beberapa segmen, seperti segmen geografis yaitu masyarakat sekitar KSPPS Hanada maupun masyarakat diluar kabupaten bayumas, sedangkan segmen demografi meliputi faktor jenis kelamin, usia, penghasilan, pendidikan dan pekerjaan.
 - b. Target pasar produk pembiayaan murabahah yaitu anggota yang memiliki usaha, namun belum cukup modal, serta anggota yang menginginkan barang untuk keperluan konsumtif maupun produksi.
 - c. Posisi pasar KSPPS Hanada Quwais Sembada melakukan proses negosiasi sebelum akad sesuai dengan prinsip syariah kemudian KSPPS Hanada dapat membelikan barang sesuai dengan keinginan anggota dengan sistem jemput bola yang memudahkan anggota.
2. Sedangkan untuk indikator strategi pemasaran dalam KSPPS Hanada Quwais Sembada, ada empat indikator yang saling berkaitan, yaitu:
 - a. Penentuan pasar, Pemilihan pasar diawali dengan segmentasi pasar, dimana dalam segmentasi pasar KSPPS Hanada Quwais Sembada melakukan segmentasi geografis dengan wilayah sekitar kantor bahkan diluar kabupaten, sedangkan dari segi umur minimal pembiayaan murabahah berumur 17 tahun. Jadi dalam pemilihan pasar, KSPPS Hanada Quwais Sembada melayani anggota yang membutuhkan permodalan usaha maupun anggota yang membutuhkan dananya untuk kebutuhan konsumtif.
 - b. Penentuan Produk, Produk murabahah merupakan salah satu produk pembiayaan unggulan dan banyak diminati oleh banyak anggota

karena sistemnya yang mudah, dalam pembiayaan murabahah tidak ada syarat untuk melampirkan pembukuan keuangan usahanya. Kebanyakan anggota yang memilih produk pembiayaan murabahah merupakan anggota yang akan memulai usaha atau yang sudah memiliki usaha kecil yang belum memiliki catatan mengenai keuangannya.

- c. Penentuan harga, Sistem harga yang digunakan dalam KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu dengan mengikuti harga pasar dengan menggunakan sistem margin
- d. Komunikasi pemasaran (promosi), Promosi yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah yaitu: pendekatan kekeluargaan periklanan, publistis, penjualan pribadi, sistem jemput bola, dan informasi dari mulut ke mulut.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Kepada KSPPS Hanada Quwais Sembada terus melakukan dan mempertahankan kualitas produk di masa yang akan datang, serta terus melakukan pelayanan prima kepada anggota.
2. Strategi pemasaran dengan promosi sebaiknya lebih difokuskan lagi yaitu dengan melakukan promosi secara rutin melalui sosial media, dan membuat konten yang menarik, dapat juga dengan menggunakan jasa endorsement kepada selebgram agar produk dari KSPPS Hanada Quwais Sembada dapat tersebar luas, karena jasa endorsement dari selebgram akhir-akhir ini banyak dilakukan dan mempunyai pengaruh untuk pemasaran.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menjadi peneliti yang lebih spesifik mengenai strategi pemasaran dan penelitian ini masih bersifat umum serta belum dikatakan sebagai penelitian yang sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, B. N. 2015. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. (Yogyakarta: Kalimedia).
- Anjarsari, Sella. 2019. “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan murabahah Pada Usaha Mikro (Studi Kasus Pada BPRS Metro Madani Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan). *Skripsi*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Anshori, Abdul Ghofur. 2018. *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Bhinadi, Ardito. 2018. *Muamalah Syariah Hidup Barokah*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Bormasa, Monica Feronica. 2022. *Kepemimpinan dan Efektivitas Kerja*. (Banyumas: Pena Persada).
- Dermawan, Rio. 2020. Strategi Pemasaran Produk Murabahah di BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) Kota Metro Tahun 2018-2019, dalam *Jurnal Manajemen*, Vol. 15. No 2.
- Elisabeth, Advenia. 2021. “OJK Sebut Pembiayaan Syariah dalam Tren Membaik”. diakses 1 Juli 2022 dari <https://www.idxchannel.com/syariah/ojk-sebut-pembiayaan-syariah-dalam-tren-membaik>, diakses pukul 21.30
- Firmansyah, Anang dan Andrianto. 2019. “*Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktik)*”. Surabaya: Qiara Media.
- Hafsah, Ahmad Efendi, & Ilham Gani. 2021. Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah (Studi PT.BNI Syariah, Tbk. Kantor Cabang Veteran Makassar), dalam *IBEF Journal* Vol.1 No.2.
- Haryanto, Rudy. 2020. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. (Pamekasan: Duta Media Publishing).
- Haryanto, Rudy. 2020. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Hasanah, Mir'atul. 2021. “Peranan KSPPS MUI Mitra Usaha Ideal Jatim Terhadap Perekonomian Masyarakat Pasca Penutupan Lokalisasi Bangunsari”, dalam *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.1, No.9.
- Hikmawati, Amalia. 2020. “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Pendapatan PT. BPRS Suriyah Cilacap, Jawa Tengah”. *Skripsi*. IAIN Purwokerto: Purwokerto.

- Ilyas, Rahmat. 2015. "Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah", dalam *Jurnal Penelitian*, Vol.9, No.1.
- Kalsum, Ummi dan Saputra, Eka Rizky. 2016. "Penyertaan Akad Wakalah pada Pembiayaan Murabahah", dalam *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.1, No.1.
- Lubis, Aminah. 2016. "Aplikasi Murabahah Dalam Perbankan Syariah", dalam *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol.02, No. 2.
- Nasruddin. 2021. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Di PT. Hadji Kalla Cabang Palopo" dalam *Management Development and Applied Research Journal*. Vol.3. No. 2.
- Nurhatika, Inesti. 2019. "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada KJKS BMT Al-Makmur Cubadak". *Skripsi*. Batusangkar: IAIN Batusangkar.
- Nurhayati, Sri dan Wasilah. 2019. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. (Jakarta: Salemba Empat).
- Prabowo, Bagya Agung. 2012. "Aspek Hukum Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah". Yogyakarta: UII Press Yogyakarta (Anggota IKAPI).
- Qashdina dan Evayani. 2018. "Analisis Efektivitas Penerapan Sistem Informasi Akuntansi (Studi Empiris Pada Hotel-Hotel Berbintang Di Banda Aceh)", dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, Vol. 3, No.1
- Ridwan, M. 2014. *Managemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Yogyakarta: UII.
- Riyaldi, Rama., Havis Aravik., & Choirunnisak. Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang), dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, Vol.2, No.2.
- Setyadi, Tri. "Pembiayaan Murabahah dalam Perspektif Fiqh Islam, Hukum Positif, dan Hukum Syariah", dalam *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 8, No.3.
- Siswoyo, Sriyono D & Sistarani, Meutia. 2020. *Manajemen Teknik*. Yogyakarta: Deepublish.

Sitoyo, S dan Sodik, A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.

Sofiani, Triana. 2014. “Konstruksi Norma Hukum Koperasi Syariah Dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional”, dalam *Jurnal Hukum Islam*, Vol.12.

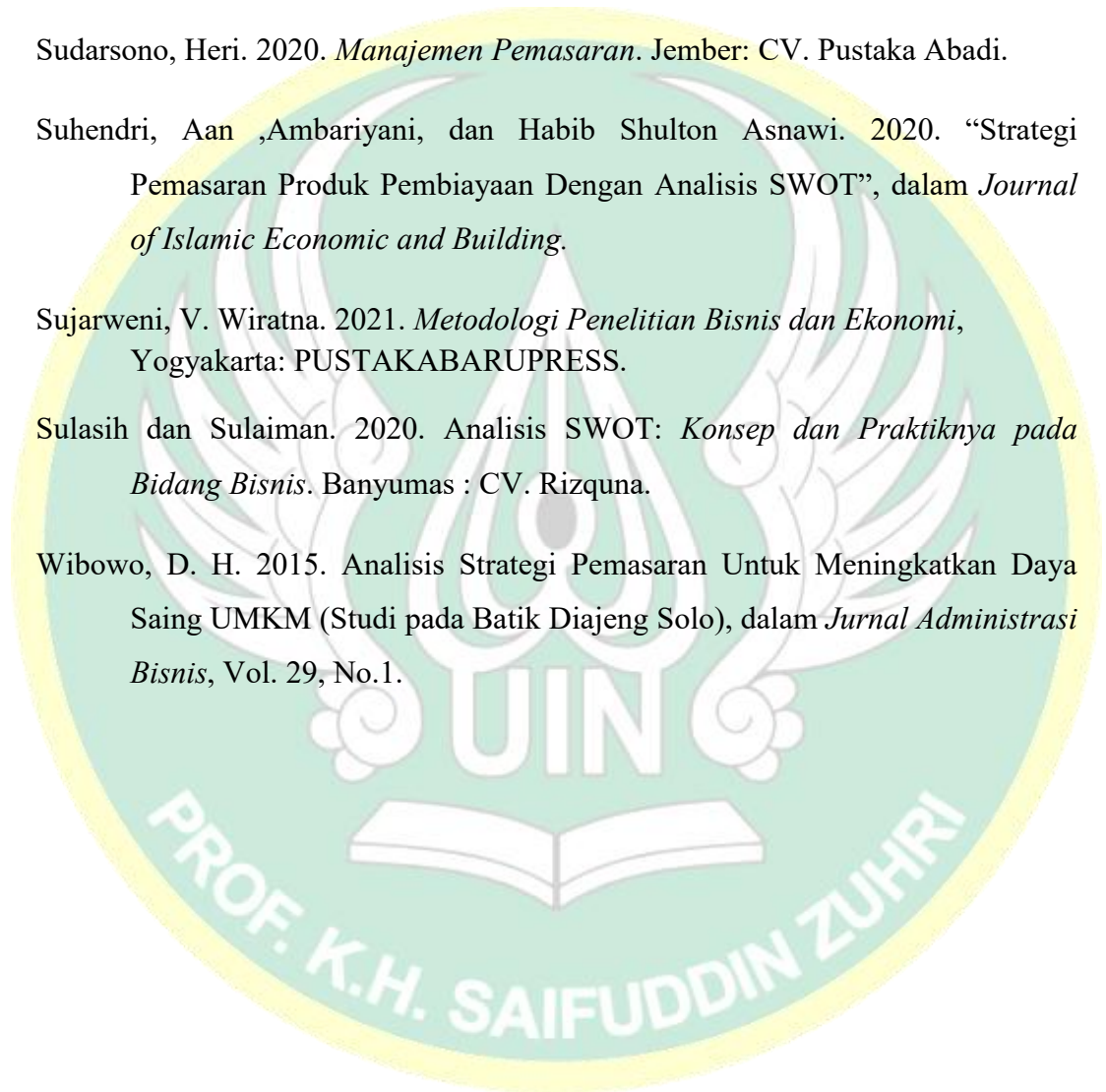
Sudarsono, Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.

Suhendri, Aan ,Ambariyani, dan Habib Shulton Asnawi. 2020. “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Dengan Analisis SWOT”, dalam *Journal of Islamic Economic and Building*.

Sujarweni, V. Wiratna. 2021. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

Sulasih dan Sulaiman. 2020. *Analisis SWOT: Konsep dan Praktiknya pada Bidang Bisnis*. Banyumas : CV. Rizquna.

Wibowo, D. H. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo), dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 29, No.1.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Wawancara

A. Wawancara dengan manager KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen:

Nama : Nasrul Aziz

Jabatan : Manager KSPPS Hanada Quwais Sembada Kebasen,
Banyumas.

Hari/Tanggal : Selasa, 01 November 2022

1. Apakah tujuan dari adanya produk pembiayaan murabahah di KSPPS Hanada Quwais Sembada ?

Jawaban :

Tujuannya yaitu agar anggota tau bahwa ada lembaga keuangan syariah yang tidak menghutangkan uang, jadi murabahah dengan jual beli barang, disamping itu agar terhindar dari riba

2. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah ?

Jawaban:

Dalam mempromosikan produk murabahah kita menggunakan strategi sama dengan produk yang lain seperti penyebaran brosur, promosi di media sosial, kebanyakan orang mengetahui produk ini dari mulut ke mulut atau testimoni dari anggota yang sudah menggunakan produk dari kami, biasanya anggota sendiri yang menawarkan atau menyarankan kepada saudaranya atau masyarakat sekitarnya yang belum mengetahui produk ini. Strategi pemasaran dari mulut kemulut sangat membantu kita, karena masyarakat lebih percaya kepada anggota yang sudah menggunakan produk murabahah dari KSPPS Hanada Quwais Sembada

3. Bagaimana strategi segmentasi yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada ?

Jawaban:

Kalau untuk strategi segmentasi kami tidak membatasi wilayah mba, untuk sekarang ini anggota meliputi wilayah kabupaten banyumas dan luar kabupaten banyumas yaitu cilacap seperti wilayah kroya, sampan, buntu. Sedangkan untuk usia minimal dari umur 17 tahun asalkan sudah bekerja, sedangkan penghasilan digunakan untuk mempertimbangkan pencairan pembiayaan murabahah, lalu untuk pendidikan tidak ada pengkhususan. Sedangkan untuk pekerjaan didominasi oleh para pedagang.

4. Bagaimana strategi targeting yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada ?

Jawaban:

Kalau untuk target dalam produk pembiayaan murabahah bisa siapa saja, kami tidak memiliki target khusus. Namun, kebanyakan yang memilih produk pembiayaan murabahah yaitu para pedagang yang kekurangan akan modal usahanya.

5. Bagaimana strategi posisi pasar yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada?

Jawaban:

Kalau dilihat dari posisi pasar produk murabahah kami memiliki kelebihan dapat membelikan barang sesuai keinginan anggota serta pembiayaan murabahah ini keluar dalam bentuk barang jadi kalau untuk usaha bisa maksimal, coba kalau keluar dalam bentuk uang bisa saja uang tersebut tidak dibelanjakan untuk usaha semua

6. Bagaimana strategi produk yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada ?

Jawaban :

pembiayaan murabahah merupakan produk yang paling banyak diminati oleh anggota karena sistemnya yang mudah dibandingkan dengan pembiayaan yang lain. Dalam pembiayaan murabahah tidak menggunakan pembukuan keuangan untuk persyaratan. Maka dari itu banyak masyarakat yang memilih pembiayaan murabahah. tujuan adanya pembiayaan murabahah di KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu agar nasabah tau

bahwa ada lembaga keuangan syariah yang tidak menghutangkan uang, jadi dari murabahah dengan jual beli barang. Dan agar terhindar dari riba.

7. Bagaimana strategi dalam menetapkan harga yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada ?

Jawaban :

Kita selalu survey mengenai harga pasar dengan besaran margin yaitu 2.1% dan 2.5% sesuai dengan barang yang akan dibeli. Untuk plafon pembiayaan yang sudah ditentukan minimal Rp. 1.000.000,- dan maksimal Rp. 100.000.000,-, missal pembiayaan Handphone umumnya marginnya pada berapa, sebisa mungkin jaraknya tidak begitu jauh dengan harga pasar, tapi kebanyakan orang ngambil pembiayaan di KSPPS Hanada Quwais Sembada berarti disini lebih murah daripada yang lain.

8. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada ?

Jawaban :

Dalam mempromosikan produk murabahah kita menggunakan strategi sama dengan produk yang lain seperti penyebaran brosur, promosi di media sosial, kebanyakan orang mengetahui produk ini dari mulut ke mulut atau testimoni dari anggota yang sudah menggunakan produk dari kami, biasanya anggota sendiri yang menawarkan atau menyarankan kepada saudaranya atau masyarakat sekitarnya yang belum mengetahui produk ini. Strategi pemasaran dari mulut kemulut sangat membantu kita, karena masyarakat lebih percaya kepada anggota yang sudah menggunakan produk murabahah dari KSPPS Hanada Quwais Sembada.

B. Wawancara dengan Divisi Marketing KSPPS Hanada Quwais Sembada:

Nama : Laelatul Hidayah
Jabatan : Divisi Marketing
Hari/Tanggal : Jum'at, 11 November 2022

1. Apakah strategi pemasaran yang paling efektif digunakan dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah ?

Jawaban:

Strategi yang paling efektif dan paling banyak digunakan oleh masyarakat yaitu dengan strategi dari mulut ke mulut. Kebanyakan orang mengetahui produk murabahah dari tetangganya, dari saudaranya.

2. Bagaimana proses monitoring yang dilakukan ketika anggota mengambil pembiayaan murabahah ?

Jawaban :

monitoring kita lakukan kepada anggota ketika waktu angsuran tiba sekaligus dilakukan monitoring, misalkan toko kelontong ketika marketing melakukan penarikan angsuran pada bulan pertama, dan barang masih banyak bisa jadi anggota bisa memutar modalnya kembali dan bisa jadi tidak bisa memutar modalnya kembali, tetapi ketika bulan pertama, kedua, ketiga dan seterusnya barangnya masih banyak dan angsurannya lancar berarti usaha toko kelontong tersebut dapat memutar modalnya

3. Apa kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah ?

Jawaban :

Kendala dalam memasarkan salah satunya yaitu dari pesaing yang memiliki produk yang sama, selain itu banyak masyarakat yang kurang paham mengenai sistem lembaga keuangan syariah.

Lampiran 2 Foto Dokumentasi Penelitian

Dokumentasi wawancara dengan Bapak
Nasrul Aziz



Dokumentasi wawancara dengan mba
Laelatul Hidayah



Lampiran 3 Persyaratan Pengajuan Pembiayaan dan Formulir Survei Nasabah

Banyuwangi, _____

Kepada:
Yth. Manager KSPSS HANADA
Di Jalan Raya Kalisalak No 71
Kebasen Banyuwangi

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Hal: Permohonan Pembiayaan

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama* : _____
Tempat/tanggal lahir* : _____
Alamat* : _____
Pekerjaan* : _____
No. KTP* : _____
No. Telp* : _____
Bersama ini saya mengajukan pembiayaan untuk* : _____

Dengan keterangan sebagai berikut :

1. Platfond* : Rp _____
2. Pembayaran sebelumnya : Rp _____
3. Jangka waktu* : _____
4. Angsuran : _____ / minggu/ 2 minggu/ bulanan
(coret yang tidak perlu)
5. Jumlah pendapatan tiap bulan* : Rp _____
6. Jumlah Tanggungan (Hutang)* : Rp _____
7. Kriteria : _____
Walking client/Solicit (coret yang tidak perlu)

Sebagai bahan pertimbangan,dalam pengajuan ini saya lampirkan:

1. Foto copy Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang berlaku
2. Foto copy Kartu Keluarga (KK) yang berlaku
3. Foto copy Surat Nikah
4. Stip Baii (jika ada)
5. Foto copy surat jaminan yang dijaminan
6. Jaminan* : _____
7. Refrensi/avalist : _____

Demikian surat permohonan ini saya buat. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pemohon

(_____)

* Mohon diisi, jika tidak terisi dianggap benar tidak lengkap dikumpulkan menggunakan aluplay warna merah

FORMULIR SURVEI NASABAH

KSPSS BMT HANADA QUWAI'S
Assabah & Berkah

Tanggal Pengajuan _____

DATA PRIBADI

Nama _____ Jenis Kelamin Laki-laki Perempuan
TTL _____ Status _____
Alamat _____ Jumlah Tanggungan _____
Kondisi Menyang/Menyang Tanggungan _____

Lama Tinggal _____ Untuk Keperluan Mendesk Hubungi (serumah)
No. KTP _____ Nama _____
NPWP _____ No. HP _____
Waktu terakab menghubungi _____
No. HP 1 _____ Untuk Keperluan Mendesk Hubungi (tidak serumah)
No. HP 2 _____ Nama _____
Status tempat tinggal Pribadi Sewa/Kontrak Sewak Dinas No. HP _____
Waktu untuk menghubungi _____ Waktu terakab menghubungi _____

DATA PEKERJAAN PEMOHON

Nama Perusahaan _____ Nama Perusahaan _____
Bidang Usaha _____ Bidang Usaha _____
Jabatan _____ Jabatan _____
Lama Berkerja _____ Lama Berkerja _____
Alamat Kantor _____ Alamat Kantor _____

KEUANGAN

Penghasilan Kotor Pemohon	Jenis	Jumlah	Sepak	Tahun	Lokasi	Nisi (Rp)
Penghasilan Bersih Suami/istri	Rumah					
Penghasilan Tambahan	Mobil					
Biaya Hidup/ bulan	Motor					
Penghasilan Bersih / bulan	Sewak					
Jumlah Simpanan di Bank Lain						
No. Rekening						
Pinjaman di Bank Lain						
Sisa Tabung						

PROYEKSI PENDAPATAN

PERMOHONAN PEMBIAYAAN

Jumlah Pembiayaan _____ Jenis Pembiayaan Baru Lama Take Over
Tenor _____ Jenis Akad _____
Tujuan Penggunaan Dana _____

JAMINAN

Rumah Tanah Kendaraan Bermotor

Alamat _____ Tipe _____
Tahun Dibangun _____ Mark _____
Taksasi _____ Warna _____
No. Identitas _____ Cc _____
Luas Tanah _____ Luas Bangunan _____ Tahun _____
Status Kepemilikan _____ No. Mesin _____
Nama Pemilik _____ No. Rangka _____
Hubungan Dengan Pemilik Jaminan _____ Nama Pemilik _____
Alamat Pemilik Jaminan _____ Taksasi _____

Pemohon _____ Suami / Istri _____ Orang Tua _____ Surveyor _____ Manager _____

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Triska Nur Fadila
2. NIM : 1817202130
3. TTL : Cilacap, 13 Agustus 2000
4. Alamat : Jl. Manten RT 01 RW 08 Karang Sari,
Kec. Adipala, Kab. Cilacap
5. Nama Orang tua
Nama Ayah : Kasan Wahidin (Alm)
Nama Ibu : Kasinem

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Tunas Bangsa
 - b. SD/MI : SD N Karang Sari 03
 - c. SMP/MTS : SMP N 02 Maos
 - d. SMA/MA : SMA N 01 Maos
 - e. S1, Tahun Masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2018

C. Pengalaman Organisasi

1. Rohis SMA N 01 Maos Periode Tahun 2016-2017
2. PMII Tahun 2019-2020
3. Pengurus PP Fatkhul Mu'in Periode Tahun 2019-2021

Purwokerto, 14 Desember 2022



(Triska Nur Fadila)