

**ANALISIS PENGARUH MARKETING SYARI'AH TERHADAP MINAT
ANGGOTA MENGGUNAKAN PRODUK MURABAHAH DI BMT
HUDATAMA CABANG MANGKANG**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S1)
Dalam Ilmu Syariah (Ekonomi Islam)



Oleh:

ERNA NOVITASARI
082411025

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2014**



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARI'AH**

Jl. Prof. Dr. Hamka Telp./Fax. (024) 7601291. 7615387 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Erna Novitasari
NIM : 082411025
Fakultas/Jurusan : Syari'ah/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Marketing Syari'ah Terhadap Minat Anggota Menggunakan Produk Murabahah**

Telah Dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus, pada tanggal :
29 Januari 2014

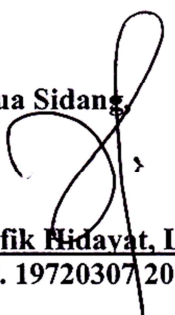
Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

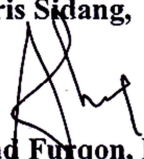
Semarang,

Dewan Penguji

Ketua Sidang,

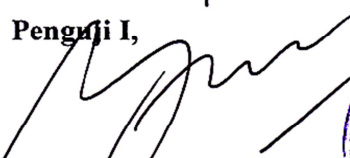
Sekretaris Sidang,


Taufik Hidayat, LC, M.Si
NIP. 19720307 200501 1 005


H. Ahmad Furqon, LC, MA
NIP. 19751218 200501 1 002

Penguji I,

Penguji II,


Rahman El Junusi, MM
NIP. 19691118 200003 1 001


Drs. Ghufroon Ajib, M.Ag
NIP. 19660325 199203 1 001



Pembimbing I,

Pembimbing II,


H. Johan Arifin, S.Ag, MM
NIP. 19710908 200212 1 001


H. Ahmad Furqon, LC, MA
NIP. 19751218 200501 1 002

H. Johan Arifin, S. Ag., MM
Perum BPI Blok D No. 1 Semarang

H. Ahmad Furqon, LC, MA
Perum Jatisari Rt 9 No. 27 Blok D 6 Mijen Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Erna Novitasari

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Erna Novitasari
Nim : 082411025
Judul : **“ANALISIS PENGARUH MARKETING SYARIAH TERHADAP MINAT ANGGOTA MENGGUNAKAN PRODUK MURABAHAH”**

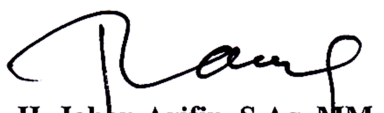
Dengan ini, saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

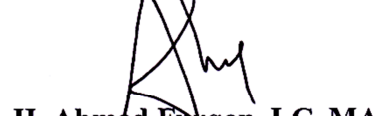
Semarang, 10 Januari 2014

Pembimbing I,



H. Johan Arifin, S.Ag, MM
NIP. 19710908 200212 1 001

Pembimbing II,



H. Ahmad Furqon, LC, MA
NIP. 19751218 200501 1 002

ABSTRAK

Kebutuhan akan pembiayaan untuk membeli sesuatu yang tidak dapat terpenuhi karena masalah biaya yang mahal, disini BMT memberi solusi kepada anggota untuk mendapatkan biaya yang diinginkan dengan menggunakan produk *murabahah*.

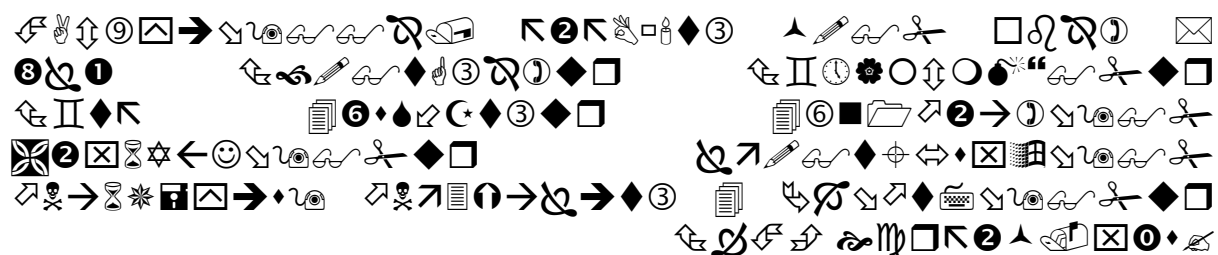
Penelitian ini menjelaskan masalah apakah ada pengaruh *marketing syariah* terhadap minat anggota menggunakan produk *murabahah*. Penelitian ini bertujuan menguji secara parsial dan simultan bagaimana *marketing syariah* berpengaruh terhadap minat anggota untuk menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Hudatama cabang Mangkang.

Dalam penelitian ini termasuk jenis penelitian Kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel adalah sampel acak (*simple random sampling*). Populasinya adalah anggota yang menggunakan produk *murabahah* di BMT Hudatama cabang Mangkang. Kuesioner didistribusikan kepada anggota yang menggunakan produk pembiayaan *murabahah* sebanyak 40 responden. Kemudian metode yang di gunakan untuk mengumpulkan data menggunakan wawancara, kuesioner dan dokumentasi, teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalis, validitas dan reliabilitas instrumen, analisis regresi linear sederhana, dan uji hipotesis.

Hasil olahan statistik yang dibantu dengan program *SPSS 16.0 for windows* menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (*syariah marketing*) terhadap variabel dependen (minat anggota menggunakan produk *murabahah*) mampu memberikan sumbangan sebesar 51,8% bearti ada pengaruh yang signifikan antara *marketing syari'ah* terhadap minat anggota menggunakan produk *murabahah*, sedang yang 48,2% sisanya di jelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti) atau dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Variabel tersebut antara lain berada pada tingkat pendapatan, lokasi, status dan pengetahuan terhadap bank syari'ah maupun variabel lainnya. Hasil uji empiris pengaruh antara *marketing syariah* terhadap minat anggota, menunjukkan nilai *t* hitung 6,389 dan *p value* (sig) sebesar 0,000 yang di bawah 5%, dengan menggunakan tingkat *alpha* 5%, maka posisi nilai probabilitasnya berada dibawah *alphanya*. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *marketing syariah* terhadap minat anggota menggunakan produk *murabahah*. Dari hasil penelitian tersebut diharapkan bermanfaat bagi semua pihak terutama dalam meningkatkan minat anggota.

Kata kunci: Marketing syari'ah, minat menggunakan produk *murabahah*

MOTTO



Artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.

PERSEMBAHAN

Dengan menghaturkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibunda H. Khumaidi dan Hj.Rubiati terimakasih atas Pengorbanan dan Do'a restu kalian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Suamiku Djamal Saputra yang tiada henti memberi semangat dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini terimakasih atas semuanya.
3. Anak ku tercinta M. Hafiz Rakha Saputra yang menjadi sumber kekuatan dalam pembuatan skripsi ini.
4. Adik- adikku tersayang Rifatul, Dian, Sokeb. Serta sahabatku yang senantiasa mendengarkan keluh kesah pada saat pembuatan skripsi Ratna, Ari, Hartini, Usnul, Nifa, Alfi, Desi, Aizul, Bagas, Eki. Terimakasih atas Do'a dan semangat kalian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Teman-temanku seperjuangan EIA 2008 yang tak bisa disebutkan satu persatu terimakasih atas doa kalian semua.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, Penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang,
Deklarator,

ERNA NOVITASARI
NIM. 082411025

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : “ **ANALISIS PENGARUH MARKETING SYARIAH TERHADAP MINAT ANGGOTA MENGGUNAKAN PRODUK MURABAHAH**” dengan baik tanpa banyak menuai kendala yang berarti. Shalawat serta salam semoga tetap dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat-sahabat dan pengikutnya.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi atau karya ilmiah bukanlah merupakan pekerjaan yang mudah, akan tetapi merupakan sebuah pekerjaan yang menuntut keseriusan, kejelian pikiran, dan waktu yang banyak serta bantuan dari berbagai pihak.

Ucapan terimakasih sedalam-dalamnya saya sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dengan moral dan bantuan apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terimakasih terutama saya sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, MA selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang.
3. Dr. Ali Murtadlo, M.Ag selaku Kajur Ekonomi Islam, serta Bapak H. Nur Fatoni, M.Ag selaku Sekjur Ekonomi Islam.
4. Bapak H. Johan Arifin, S.Ag, MM selaku pembimbing I, serta Bapak H. Ahmad Furqon, LC, MA selaku pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
5. Semua Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo Semarang, para dosen, karyawan beserta staf-stafnya.

6. Seluruh Karyawan BMT Hudatama cabang Mangkang yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

7. Dan semua pihak yang telah membantu, sehingga selesainya penulisan skripsi ini.

Termunajat do'a semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kita .Akhirnya saya berharap semoga skripsi ini dapat berguna, khususnya bagi penulis sendiri dan tentunya bagi para pembaca pada umumnya.

Semarang,
Penulis,

ERNA NOVITASARI
082411025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN DEKLARASI	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
HALAMAN DAFTAR TABEL	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
 BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	 9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian BMT	9
2.1.2 Marketing Syariah	15
2.1.3 Pengertian Minat	20
2.1.3.1 Macam-macam Minat.....	21
2.1.3.2 Kategori Minat.....	23
2.1.3.3 Kondisi yang mempengaruhi minat.....	24
2.1.4 Pengertian Murabahah.....	25
2.1.4.1 manfaat dan resiko murabahah.....	27
2.1.4.2 Rukun Jual Beli.....	28
2.1.4.3 Akad yang digunakan dalam Murabahah....	29
2.1.5 Pembiayaan dengan Prinsip Murabahah	30

2.1.5.1	cara pengembalian transaksi jual beli	31
2.1.5.2	Prosedur pembiayaan murabahah.....	31
2.2	Penelitian Terdahulu... ..	31
2.3	Kerangka Berfikir	32
2.4	Hipotesis Penelitian	33
BAB III	: METODE PENELITIAN	35
3.1	Jenis Dan Sumber Data.....	35
3.1.1	Jenis Penelitian.....	35
3.1.2	Sumber Data	35
3.2	Populasi Dan Sampel	36
3.2.1	Populasi	36
3.2.2	Sampel	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1	Metode Wawancara.....	38
3.3.2	Metode Angket(Kuesioner)	38
3.3.3	Metode Dokumentasi.....	39
3.4	Variabel Penelitian.....	39
3.5	Metode Analisis Data	41
3.5.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	41
3.5.1.1	Uji Validitas	41
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	41
3.5.1.3	Uji Normalis.....	42
3.5.2	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	42
BAB IV	: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Gambaran Umum BMT Hudatama.....	45
4.1.1	Sejarah Singkat BMT Hudatama.....	45
4.1.2	Visi Dan Misi BMT Hudatama	46
4.1.2.1	Visi BMT Hudatama.....	46
4.1.2.2	Misi BMT Hudatama	46
4.1.3	Struktur Organisasi.....	46
4.1.4	Produk Pada BMT Hudatama	48
4.1.4.1	Funding.....	48

4.1.5.2	Landing.....	.49
4.2	Deskripsi Data Penelitian Dan Karakteristik Responden.....	51
4.2.1	Deskripsi Data Penelitian	51
4.2.2	Karakteristik Responden.....	52
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas dan Normalis.....	57
4.4	Deskripsi Variabel Penelitian	58
4.5	Hasil Analisis Data	61
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi.....	63
4.5.2	Uji Pengaruh Simultan (F test).....	64
4.5.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (t test).....	65
4.6	Pembahasan	68
BAB V	: PENUTUP	70
5.1	Kesimpulan	70
5.3	Saran.....	71
5.4	Penutup.....	71
	DAFTAR PUSTAKA.....	71
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Anggota yang Menggunakan Produk Murabahah.....	5
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	40
Tabel 4.1 Persentase Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.3 Persentase Usia Responden	53
Tabel 4.4 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ...	54
Tabel 4.5 Persentase Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4.6 Persentase Penghasilan Responden	56
Tabel 4.8 Uji Validitas Instrumen	57
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.11 Uji Simultas antara Variabel Independen	64
Tabel 4.12 Uji Parameter t Test	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Anggota yang Menggunakan Produk Murabahah.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	33
Gambar 4.2 Histrogram.....	62