

**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN
MUDHARABAH DI KOPERASI SIMPAN PINJAM
PEMBIAYAAN SYARIAH BMT ANFA' MAGELANG
DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS ISLAM**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Oleh:
Umi Dzunur Aini
131311125

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2017**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (Kampus III) Ngaliyan Semarang 50185
Telp (024) 7606405

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar
Hal : **Persetujuan Naskah Skripsi**

Kepada,
**Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Walisongo**
di Semarang

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara :

Nama : Umi Dzunur Aini
NIM : 131311125
Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / MD
Konsentrasi : Manajemen Bisnis Islam
Judul : Strategi Pemasaran Pembiayaan *Mudharabah* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA'* Magelang dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam

Dengan ini telah kami setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Semarang, 30 Mei 2017

Pembimbing,
Bidang Substansi Materi
Tulis

Bidang Metodologi dan Tata

Saerozi, S.Ag., M.Pd
NIP:1971065 199803 1 004

Dedy Susanto, S.Sos.I M.S.I
NIP. 19610727 20003 1 001

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *MUDHARABAH* DI KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH *BMT ANFA' MAGELANG* DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS ISLAM

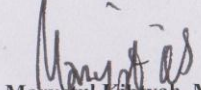
Oleh :

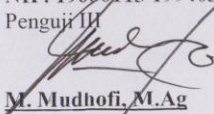
Umi Dzunur Aini
131311125

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Juni 2017
dan dinyatakan telah lulus ujian memenuhi syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos.)

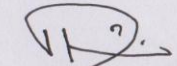
Susunan Dewan Penguji

Ketua/ Penguji I

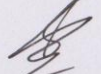

Maryatul Kibiyah, M.Pd
NIP. 19680713 199403 2 001
Penguji III

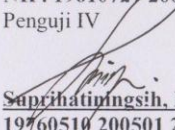

M. Mudhofi, M.Ag
19690830 199893 1 001

Pembimbing I



Saerozi, S.Ag., M.Pd
NIP:1971065 199803 1 004

Sekretaris/ Penguji II


Dedy Susanto, S.Sos.I M.S.I
NIP. 19610727 20003 1 001
Penguji IV


Suprihatiningsih, M.S.I
19760510 200501 2 001

Pembimbing II


Dedy Susanto, S.Sos.I, M.S.I.
NIP. 19810514 200710 1 001

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Tanggal 3 Juli 2017



Dr. Awanudin Pimay, Lc., M.Ag.

NIP. 19610727 20003 1 001

PERNYATAAN

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab penulis menyatakan skripsi ini adalah karya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan, untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari penerbit, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 3 Juli 2016

Umi Dzunur Aini

NIM : 131311125

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala Puji bagi Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa atas taufiq, hidayah serta ridho-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *MUDHARABAH* DI KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH BMT *ANFA*’ MAGELANG (Analisis Perspektif Dakwah). Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Muhammad SAW rasul dan kekasih Allah.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) dalam ilmu Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Dengan keterbatasan penulis maka dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, saran-saran, serta motivasi dari berbagai pihak sehingga penyusun skripsi ini dapat terselesaikan. Suatu keharusan bagi pribadi penulis untuk menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
3. Saerozi., S.Ag., M.Pd dan Dedy Susanto, S. Sos. I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah dan Sekretaris Jurusan Manajemen Dakwah yang telah memberikan izin penelitian ini dan selaku dosen pembimbing I dan II yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen dan Staf di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah mengantarkan penulis hingga akhir studi.
5. Bapak/Ibu kependidikan di Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Perpustakaan Pusat UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan izin layanan kepastakaan yang diperlukan penulis dalam penyusunan skripsi.

6. Seluruh pimpinan, pegawai dan staf Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA'* yang telah memberikan izin layanan penelitian yang diperlukan penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Kedua orang tuaku yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang, motivasi, doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi strata I di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
8. Keluarga besar Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah (Elly, Nurul Ch, Umi, Milla, Nurul Fitri, Afi, Liko', Mb utia) terimakasih atas keceriaan dan semangat kebersamaan selama ini. Semoga Allah senantiasa membalas kebaikan kalian semua.
9. Teman-teman MD D angkatan 2013 terimakasih atas kebersamaan dan canda tawa kalian.
10. Dan semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya skripsi ini masih jauh untuk disebut sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran maupun masukan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Semarang, 3 Juli 2017

Penulis

Umi Dzunur Aini

PERSEMBAHAN

Teriring rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang insyaallah mmemberikan syafa'at kepada umat Nabi Muhammad SAW yang beriman.

1. Kedua orang tuaku H. Ahmad Djauhari dan Siti Maryam yang senantiasa mencurahkan dukungan, cinta dan kasih sayangnya dengan segenap jiwa dan raga, serta doa yang senantiasa mengalir untuk kesuksesan penulis.
2. Ketiga adikku Nurul Khamidah, Nur Hasanudin, dan Najwa Karima penyemangatku, inspirasiku, pendorong agar menjadi lebih dewasa, tempat untuk tertawa riang gembira.

MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا
أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ

كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan. (Departemen Agama RI, 2002: 84)

ABSTRAK

Nama : Umi Dzunur Aini, 131311125, Judul: “*Strategi Pemasaran Pembiayaan Mudharabah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT ANFA’ Magelang dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam.*”

Seperti diketahui keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan antara satu dengan lainnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Di samping itu, strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, strategi pemasaran dibutuhkan, yang mana strategi pemasaran ini merupakan salah satu senjata bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan besar.

Penelitian ini fokus pada (1) strategi pemasaran pembiayaan *mudharabah* dalam perspektif manajemen bisnis Islam, dan (2) membahas faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam memasarkan produk *mudharabah* yang dimiliki oleh Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA’* Magelang perspektif manajemen bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif sebagai pendekatan dalam penelitian guna memperoleh data dan metode analitik sebagai teknik analisis data. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi yang digunakan adalah observasi partisipasi untuk memperoleh gambaran tentang strategi pemasaran khususnya dalam promosi. Wawancara dilakukan kepada manajer, staf pemasaran dan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA’*. Dan dokumentasi berupa buku, gambar, dan tulisan yang mendukung penelitian ini. Metode analisis yang

digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan dan menguraikan data-data yang telah terkumpul.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) strategi pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA*’ perspektif manajemen bisnis Islam yaitu mempunyai produk yang menjadi unggulan di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA*’ yaitu tabungan *mudharabah* dan pembiayaan *mudharabah*. Harga yang ditawarkan untuk melakukan pembiayaan *mudharabah* tidak dibatasi. Dalam melakukan promosi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA*’ menggunakan media cetak berupa brosur, spanduk, dan majalah NU aulia. Dan untuk tempat Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA*’ memilih tempat yang cukup strategis yaitu berada didekat pasar. Dan dari strategi pemasaran pembiayaan *mudharabah* tersebut dilakukan sesuai dengan konsep dan prinsip manajemen bisnis Islam.

(2) Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran adalah adanya keterikatan emosional di sekitar masyarakat, adanya kinerja staf yang kompeten dari segi kualitas dan kuantitas dalam mencari nasabah, adanya rekanan dan peran ulama terutama dari pengurus NU. Faktor penghambat strategi pemasaran pembiayaan *mudharabah* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA*’ yaitu kurangnya promosi dengan media elektronik dan media lainnya, banyaknya pesaing yang ada di sekitar Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA*’, karakter dari orang yang meminjam pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA*’.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pembiayaan *Mudharabah*, Manajemen Bisnis Islam.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
PERSEMBAHAN	xi
MOTTO.....	xiii
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xxi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Tinjauan Pustaka	11
E. Metode Penelitian.....	15
1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	15
2. Sumber Dan Jenis Data.....	16
3. Teknik Pengumpulan Data.....	17
4. Teknik Analisis Data	19
F. Sistematika Penulisan.....	20

BAB II	STRATEGI PEMASARAN, PEMBIAYAAN MUDHARABAH, DAN MANAJEMEN BISNIS ISLAM	
A.	Strategi Pemasaran	23
1.	Pengertian Strategi Pemasaran.....	23
2.	Konsep Strategi Pemasaran	27
3.	Bauran Pemasaran	28
4.	Perbedaan Penjualan dan Pemasaran	31
B.	Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	32
1.	Pengertian Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	32
2.	Landasan Hukum	36
3.	Rukun dan Syarat <i>Mudharabah</i>	38
4.	Jenis-jenis <i>Mudharabah</i>	39
C.	Manajemen Bisnis Islam	40
1.	Konsep Manajemen Bisnis Islam	40
2.	Prinsip-prinsip Manajemen Bisnis Islam....	43
3.	Etika Manajemen Bisnis Islam	44
4.	Kaidah-kaidah etika bisnis Islam.....	45

BAB III **GAMBARAN UMUM STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH BMT ANFA' MAGELANG PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS ISLAM**

A.	Gambaran Umum Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT ANFA' Magelang ..	49
1.	Letak Geografis.....	49

2.	Sejarah Berdirinya Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT <i>ANFA'</i> .	51
3.	Visi dan Misi.....	54
4.	Struktur Organisasi	55
5.	Produk Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT <i>ANFA'</i> Magelang	61
6.	Penerapan Akad Pembiayaan <i>Mudharabah</i> Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT <i>ANFA'</i> Magelang	65
B.	Strategi Pemasaran Pembiayaan <i>Mudharabah</i> Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT <i>ANFA'</i> Magelang dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam	68
1.	Macam-Macam Produk Dan Produk Unggulan.....	69
2.	Memberi Bagi Hasil yang Lebih Besar.....	72
3.	Melakukan Promosi	74
4.	Tempat Sangat Strategis	76
5.	Melakukan Jemput Bola	77
C.	Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Pemasaran Pembiayaan <i>Mudharabah</i> Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT <i>ANFA'</i> Magelang dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam	86
1.	Faktor Pendukung	86
2.	Faktor Penghambat	87

BAB IV ANALISIS HASIL TEMUAN

- A. Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan *Mudharabah* Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA'* Magelang dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam 89
- B. Analisis SWOT Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Pemasaran Pembiayaan *Mudharabah* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA'* Magelang dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam 108
- C. Perspektif Manajemen Bisnis Islam dalam Strategi Pemasaran Pembiayaan *Mudharabah* Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT *ANFA'* Magelang..... 114

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan..... 127
- B. Saran-saran..... 130
- C. Penutup 131

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Struktur Organisasi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT <i>ANFA</i> ' Magelang dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam	37
Table 2 Analisis SWOT Strategi Pemasaran Pembiayaan <i>Mudharabah</i> di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT <i>ANFA</i> ' Magelang dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam.....	69