

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia modern ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Oleh karena itu, saat ini maupun di masa yang akan datang kita tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan, dalam menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan. Seiring dengan banyaknya lembaga keuangan yang memberi kemudahan kepada masyarakat untuk melakukan kegiatan perniagaan, lembaga keuangan juga dapat memberikan kemudahan akses bagi nasabahnya dalam mendapatkan pinjaman dana untuk kebutuhan usaha dan kebutuhan barang pribadi serta membantu aktivitas ekonomi lainnya.<sup>2</sup>

Aktivitas ekonomi merikat pada sebuah keberlangsungan hidup manusia. Salah satu aktivitas ekonomi yang dapat menyejahterakan umat manusia dengan adanya lembaga perbankan. Banyak lembaga perbankan di Indonesia konvensional dan syariah . Pada saat ini banyak mulai bermunculan lembaga perbankan syariah seperti Bank Syariah, BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) dan Koperasi Syariah dan lembaga syariah lainnya, dalam aktivitas operasionalnya selalu mengedepankan prinsip syariah sesuai dengan prinsip syariat Islam.

---

<sup>2</sup>Lukman Haryoso, *Penerapan Prinsip Pembiayaan Syariah (Murabahah) Pada Bmt Bina Usaha Di Kabupaten Semarang* , Jurnal Law and Justice, Vol. 2, No. 1,2017, hal. 80

Lembaga Keuangan di Indonesia kini sudah semakin berkembang dan menunjukkan eksistensi, semakin banyaknya Lembaga pendukung kegiatan ekonomi seperti BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung. Kabupaten Tulungagung salah satu daerah yang memiliki perkembangan lembaga keuangan mikro syariah yang cukup baik. Salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang turut berkembang untuk melakukan kegiatan intermediasi/ perantara keuangan yang bisa ditemui diantaranya BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Struktur perekonomian Kabupaten Tulungagung, peranan ekonomi di sektor-sektor usaha di daerah kabupaten Tulungagung secara umumnya pada komoditi pertanian atau non pertanian seperti peternakan ayam, perikanan, konveksi, perdagangan, Tralis, dan masih banyak lagi dan tidak bisa dipungkiri bahwa kemajuan pembangunan ekonomi dan perdagangan telah mempengaruhi lahirnya institusi yang berperan dalam lalu lintas keuangan. Para pedagang dan pengusaha sudah tidak mungkin lagi mengurus keuangan secara sendiri baik untuk permodalan dan untuk investasi.

Hal tersebut sudah menjelaskan, bahwa secara tidak langsung mereka membutuhkan adanya lembaga keuangan. Kurangnya informasi dan pemahaman informasi menyebabkan ketidakpahaman pelaku usaha dalam prosedur mengajukan pinjaman, tata cara pengajuan pinjaman dan persyaratan yang begitu rumit, dan adanya rasa ragu akan pinjaman yang tidak sesuai dengan standar operasional yang berlaku. Untuk mengatasi ketidak pahaman para pelaku usaha dalam mengurus keuangan dan untuk mendukung

pendanaan bagi para pelaku usaha maka diperlukan lembaga bank ataupun non bank maupun lembaga keuangan lainnya, khususnya berbasis syariah. Contoh dari lembaga keuangan non bank yang bergerak dalam perekonomian lingkup skala kecil adalah BMT.<sup>3</sup>

BMT sebagai bentuk lembaga keuangan mikro syariah yang terlahir murni dari masyarakat Indonesia, telah menjadi primadona ekonomi syariah nasional yang kini juga telah dikenal di dunia. Progresifnya perkembangan BMT di Indonesia tidak terlepas dari besarnya porsi masyarakat kelas menengah dan bawah di Indonesia. Dari total sekitar 265 juta penduduk, 40% merupakan masyarakat kelas menengah dan 20% digolongkan sebagai kelas bawah, ditambah sebanyak kurang lebih 25,67 juta jiwa dikategorikan sebagai penduduk miskin atau 9,66% jumlah penduduk. Inilah yang menjadikan keberadaan BMT relevan dan sangat diterima oleh masyarakat Indonesia. Pertumbuhan jumlah BMT saat ini bisa dibilang cukup pesat, dimana saat ini sudah berdiri sekitar 4.500 unit.<sup>4</sup>

BMT (Baitul Maal wa Tanwil) sebagai varian dari lembaga keuangan mikro berbasis Syariah di bawah sistem koperasi dan domain Lembaga swadaya masyarakat. BMT yaitu organisasi yang difokuskan pada pengembangan Kerjasama dan inbestasi dalam rangka untuk mengembangkan

---

<sup>3</sup> Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hal. 141.

<sup>4</sup> <https://knks.go.id/isuutama/8/sharing-platform-keuangan-mikro-syariah-berbasis-baitul-maal-wat-tamwil-bmt>, diakses pada Kamis, 25 November 2021 pada pukul 11.30 WIB.

usaha mikro dan mengentaskan kemiskinan melalui sistem bagi hasil.<sup>5</sup> *Baitul Maal Wa Tamwil* atau yang disebut BMT dalam operasionalnya mencakup dua aktivitas yaitu menghimpun dana dari masyarakat (Anggota BMT) yang mempercayakan dananya disimpan kepada pihak BMT dan menyalurkan dana kepada masyarakat (Anggota BMT).

Pada penelitian ini, peneliti memilih BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung sebagai objek yang diteliti karena menunjukkan perkembangan anggota yang baik setiap tahunnya terutama pada pembiayaan murabahah yang banyak diminati oleh para anggota karena pembiayaan ini fleksibel, mudah dipahami, persyaratan tidak rumit dan proses transaksinya cepat. Selain itu kedua BMT memiliki letak lokasi yang berbeda sehingga mempunyai segmen pasar tersendiri dan peminat dari pembiayaan murabahah ini tidak sama dan membuat perbedaan yang unik kedua BMT ini. Penerapan pembiayaan murabahah juga tidaklah sama pada BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung sebab pada BMT Istiqomah menerapkan murabahah bil wakalah sedangkan pada BMT Muamalah Tulungagung menerapkan Murabahah murni sesuai dengan aturan fikih.

BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung salah satu Lembaga Keuangan Mikro yang berkembang pesat dengan inovasi-inovasinya di wilayah Tulungagung yang dalam kegiatannya untuk memberdayakan usaha

---

<sup>5</sup> Shochrul Rohmatul Ajija, dkk. *Koperasi BMT : Teori, Aplikasi, dan Inovasi*, (Jawa Tengah: CV Inti Media Komunika, 2018), hal. 9

mikro kecil berdasarkan prinsip- prinsip syariah Islam. BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung mempunyai potensi yang cukup tinggi dalam hal produk simpanan, dan pembiayaan, selain itu BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang banyak diminati masyarakat sekitar karena letak lokasi yang cukup strategi karena berada dipinggir jalan raya sehingga masyarakat mudah untuk menjangkaunya, penawaran sistem kerja sama yang berbeda dengan lembaga keuangan lainnya khususnya bagi pengusaha kecil. Berikut data perkembangan anggota pembiayaan dan tabungan yang ada BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

**Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Anggota BMT Istiqomah Karangrejo**

No.	Uraian	2017	2018	2019
1.	Anggota simpanan	5.414	5.259	5.609
2.	Anggota simpanan berjangka	51	33	27
3.	Anggota pembiayaan	1.144	1.188	1.097
	<b>Jumlah Anggota</b>	<b>6609</b>	<b>6516</b>	<b>6733</b>

*Sumber data : RAT BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung*

Data diatas menunjukkan bahwa dari tahun 2017-2019 perkembangan jumlah anggota pada BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung mengalami kenaikan pada tahun 2017 dan 2019, juga penurunan di tahun 2018. Tahun 2017 jumlah anggota sebanyak 6.609 anggota, namun tahun 2018 mengalami penurunan jumlah anggota menjadi 6.516 anggota. Namun pada tahun 2019 jumlah anggota mengalami kenaikan sebanyak 6.733 Anggota.

Lembaga keuangan Syariah lain yang menjadi objek penelitian ini yaitu BMT Muamalah Tulungagung yang merupakan suatu Lembaga ekonomi keuangan mikro syariah yang banyak diminati masyarakat sekitar untuk alternatif dalam pengembangan usaha. Letak kantor yang strategis yang berdekatan dengan para pelaku usaha khususnya perdagangan. Pada BMT muamalah ini juga menerapkan pembiayaan murabahah yang jumlah anggotanya mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya. Selain itu, BMT Muamalah Tulungagung juga memberikan pelayanan dengan baik dan ramah untuk para anggota maupun calon anggota. Berikut perkembangan jumlah anggota pembiayaan dan anggota simpanan di BMT Muamalah Tulungagung sebagai berikut :

**Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Anggota pada BMT Muamalah Tulungagung.**

No.	Uraian	2019	2020
1.	Anggota Tabungan	97	137
2.	Anggota Tabungan berjangka	21	40
3.	Anggota pembiayaan	445	453
	<b>Jumlah Anggota</b>	<b>563</b>	<b>630</b>

*Sumber : RAT BMT Muamalah Tulungagung*

Dari data diatas, jumlah anggota pada tahun 2019 sebanyak 563 Anggota yang terdiri dari anggota tabungan sebanyak 97 orang, anggota tabungan berjangka sebanyak 21 orang, dan anggota pembiayaan sebanyak 445 orang. Pada tahun 2020 mengalami kenaikan yang signifikan dengan jumlah anggota 630 orang. Yang terdiri dari anggota tabungan 137 orang,

anggota tabungan berjangka 40 orang, dan anggota pembiayaan sebanyak 453 orang.

BMT memiliki beberapa jenis produk yang di tawarkan, baik itu produk simpanan, maupun produk pembiayaan lainnya. Adapun produk pembiayaan yang paling prospektif dan paling sering digunakan anggota untuk pengembangan usahanya adalah produk pembiayaan murabahah. Pembiayaan yaitu penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan denganya, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Berdasarkan data BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung mayoritas nasabah menggunakan pembiayaan murabahah untuk mengembangkan usahanya dibidang peternakan, pertanian, perdagangan, industri, dan konstruksi. Pada Pembiayaan murabahah lebih banyak diminati karena pembiayaannya yang cukup ringan pelunasan pembiayaannya, flexible, mudah transaksinya serta persyaratan, karakternya yang profitable, mudah dalam penerapan, serta dengan risk factor yang ringan untuk diperhitungkan dalam penerapan. BMT bertindak sebagai pembeli sekaligus penjual barang halal tertentu yang dibutuhkan nasabah.

Usaha dalam menarik anggota, BMT tidak hanya bersaing dengan sesama lembaga keuangan syariah saja namun juga dengan lembaga keuangan konvensional. Dalam persaingan ini tidak hanya fokus dalam inovasi produk

tetapi juga dalam berbagai strategi pelayanan dan taktik pemasarannya. Persaingan pun menjadi semakin ketat sehingga menuntut kejelian anggota dalam memilih produk-produk yang ditawarkan yang sesuai dengan harapannya.

BMT dalam melayani pengambilan pembiayaan dengan persyaratan yang mudah dan cepat untuk mengakses pengajuan pembiayaan akan mempengaruhi nilai yang diberikan anggota berhubungan dengan keuntungan yang akan diterimanya. BMT menyadari bahwa persaingan bisnis saat ini sangatlah ketat, kualitas pelayanan, kualitas produk yang bermutu dapat menciptakan kepuasan anggota. Banyak pelayanan yang kurang memuaskan berakibat kurangnya minat dari anggota. Hal ini dapat menyebabkan suatu lembaga keuangan akan kehilangan anggotanya. Berikut data jumlah koperasi di kabupaten Tulungagung tahun 2017-2019.

**Tabel 1.3 Jumlah Koperasi Aktif Kabupaten Tulungagung**

No.	Tahun	Jumlah Koperasi
1	2017	961
2	2018	971
3	2019	1360

*Sumber : Data Statistik Ekonomi Kabupaten Tulungagung Tahun 2020*

Data diatas, jumlah penambahan koperasi di Tulungagung mengalami peningkatan setiap tahunnya mulai dari tahun 2017 sampai 2019. BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung merupakan sebagian mitra kerja dari koperasi simpan pinjam pembiayaan Syariah (KSPPS) kabupaten Tulungagung. Kedua BMT tersebut merupakan



lembaga keuangan syariah yang menggunakan prinsip koperasi dalam kegiatan operasionalnya. Dilihat dari persaingan jumlah koperasi yang semakin meningkat setiap tahun maka dalam operasionalnya sangat diperlukan strategi pemasaran untuk menunjang perkembangan BMT dan produk pembiayaan yang ditawarkan khususnya pembiayaan Murabahah diperlukan strategi pemasaran yang baik dan efisien, agar BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) lebih dikenal luas oleh masyarakat luas, maka harus bisa melakukan kegiatan pemasaran seunik mungkin.

Pentingnya strategi pemasaran untuk menjaga kepercayaan anggota yang menjadi bagian utama dalam berjalannya transaksi di suatu lembaga keuangan, karena dengan dana yang besar yang dimiliki, anggota dengan senang hati menempatkan dananya untuk dikelola pihak lembaga keuangan selain itu anggota dalam pengembangan usahanya mempercayakan pembiayaan pada BMT. Hal ini tidak dapat terjadi tanpa adanya kepercayaan yang kokoh dan pembuktian-pembuktian dari anggota lain dalam rangka menggunakan layanan lembaga keuangan.

Pemasaran merupakan strategi yang digunakan untuk mempromosikan produk yang dimiliki dengan menampilkan kelebihan dari apa yang dipasarkan. Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangatlah penting untuk keberhasilan suatu lembaga. Tujuan dari pemasaran sendiri untuk memahami kebutuhan konsumen agar produk atau jasa dapat terpenuhi dan

dapat terjual dengan mudah.<sup>6</sup> Salah satu untuk menghadapi tingkat persaingan yang semakin memuncak, strategi pemasaran yang berbeda juga sangat diperlukan.<sup>7</sup> Sebagai lembaga yang memasarkan, juga harus memiliki strategi khusus untuk mengidentifikasi berbagai hal, mulai dari situasi dan kondisi, dan harus dapat melayani sesuai dengan apa yang diinginkan anggota atau calon anggota agar bisa memenuhi semua keinginan-keinginan secara tepat dan cepat.

Meningkatnya jumlah anggota kedua BMT terutama pada jumlah pembiayaan Murabahah, inilah yang menjadi motivasi peneliti untuk meneliti bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung terutama untuk mendapatkan calon anggota. Pelayanan yang diberikan pihak BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung tentu saja membuat loyalitas anggota terhadap lembaga tersebut dan pastinya para anggota akan terus melakukan transaksi baik simpanan maupun pembiayaan.

Berdasarkan Latar belakang diatas, peneliti tertarik mengulas lebih lanjut mengenai strategi pemasaran yang diterapkan untuk menambah jumlah anggota pada BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) yang berjudul **STRATEGI PEMASARAN PADA PEMBIAYAAN MURABAHAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA DI BMT ISTIQOMAH KARANGREJO DAN BMT MUAMALAH TULUNGAGUNG.**

---

<sup>6</sup> Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*, (Jakarta: Prenada media Group, 2017), hal. 133

<sup>7</sup> Philip Khotler, dkk, *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 13 jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 5.

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung?
2. Bagaimana efektivitas penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi anggota dalam pengambilan pembiayaan Murabahah BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dari fokus penelitian di atas dapat diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung
2. Untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung
3. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi anggota dalam pengambilan pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk masyarakat serta dapat menambah pengetahuan tentang pembiayaan murabahah yang ada di BMT

b. Bagi Akademisi

Melalui penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dan referensi dibidang ekonomi khususnya untuk mahasiswa perbankan Syariah dan bagi pembaca serta dapat dijadikan bahan rujukan untuk penelitian yang akan datang.

c. Bagi *Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan yang lebih bermanfaat agar mengetahui strategi pemasaran yang paling tepat dalam meningkatkan jumlah anggota apakah mengalami peningkatan atau penurunan pada BMT.

#### **E. Definisi Istilah**

Definisi Konseptual

1. Strategi

Strategi adalah suatu perencanaan atau planning dan manajemen untuk mencapai tujuan, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang

hanya memberi arahan saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>8</sup>

## 2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok dalam mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>9</sup>

## 3. Meningkatkan

Meningkatkan adalah sebuah cara atau usaha yang dilakukan untuk mendapatkan keterampilan atau kemampuan menjadi lebih baik.

## 4. Anggota

Anggota adalah orang-orang atau badan hukum yang mempunyai kepentingan ekonomi yang sama sebagai pemilik dan sekaligus pengguna jasa yang berpartisipasi aktif untuk mengembangkan suatu usaha.<sup>10</sup>

## 5. Pembiayaan

Pembiayaan yaitu penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang di biayai untuk mengembalikan

---

<sup>8</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 168.

<sup>9</sup> Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah (Menenangkan Usaha Persaingan Bisnis Asuransi Dan Bank Syariah Secara Syariah)*, (Jakarta: PT Grafindo, 2007), cet ke-1, hal. 1.

<sup>10</sup> Desi Anwar, *Kamus lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Karya Abadi Tama, 2001) hal. 530.

uang ataupun tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>11</sup>

#### 6. Murabahah

Murabahah merupakan akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambahkan dengan keuntungan sesuai kesepakatan dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang tersebut kepada pembeli.<sup>12</sup>

#### 7. BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*)

BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) adalah Lembaga keuangan Mikro yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan suatu bisnis usaha mikro kecil berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.<sup>13</sup>

### Definisi Operasional

#### 1. Strategi

Strategi adalah orientasi tindakan jangka waktu pengalokasian sumberdaya organisasi untuk mencapai suatu tujuan.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Kamsir, *Bank dan Lemabaga Keuangan lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2002), hal. 92.

<sup>12</sup> Rizal Yahya, Aji Erlangga Martawareja, *Akuntansi Perbankan Syariah teori dan Praktek Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hal. 158.

<sup>13</sup> Amin Azis, *Tata cara Pendirian BMT*, (Jakarta : Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah , 2008), hal. 2.

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Press, 2011) Cet ke-5, hal. 3.

## 2. Pemasaran

Pemasaran adalah usaha guna menyediakan dan menyampaikan barang, jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat dengan promise dan komunikasi yang tepat.<sup>15</sup>

## 3. Meningkatkan

Meningkatkan adalah proses, perbuatan untuk meningkatkan usaha, kegiatan dan sebagainya.

## 4. Anggota

Anggota adalah seorang yang mengikuti perkumpulan organisasi atau Lembaga dan berperan sesuai dengan tugas dan kewajibannya.

## 5. Pembiayaan

Pembiayaan adalah pendanaan untuk berbagai kebutuhan untuk berbagai kebutuhan seperti halnya pengadaan barang, asset tertentu yang mekanismenya melibatkan tiga pihak yang terdiri dari pihak pemberi dana, pihak penyedia, dan pihak yang memanfaatkan.

## 6. Murabahah

Murabahah adalah kegiatan jual beli antara pembeli dan penjual dimana lembaga membiayai keseluruhan atau sebagian barang yang akan dibeli nasabah dengan menambahkan keuntungan melalui kesepakatan kedua belah pihak.

---

<sup>15</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 5.

## 7. BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*)

BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) adalah lembaga usaha ekonomi rakyat kecil yang beranggotakan orang atau badan hukum berdasarkan prinsip syariah dan prinsip koperasi.<sup>16</sup>

## F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika memiliki tujuan untuk mempermudah memperoleh gambaran umum yang mengenai skripsi. Terdapat tiga bagian dalam penulisan skripsi yaitu, bagian awal, bagian utama dan bagian akhir. Pada bagian awal terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pernyataan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar. Berikut uraian sistematika penulisan skripsi:

### 1. BAB I Pendahuluan

Yang mendasari permasalahan skripsi secara keseluruhan. Bab ini terdiri dari (a) latar belakang masalah, (b) fokus penelitian, (c) tujuan penelitian, (d) manfaat penelitian, (e) definisi istilah, (f) sistematika penulisan skripsi.

### 2. BAB II Kajian Pustaka

Pada bagian ini menguraikan kajian Pustaka yang berisi tentang teoritis yang membahas dari *Baitul Maal wa Tamwi* (BMT), Strategi

---

<sup>16</sup> Kamsir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 3.



pemasaran, teori pembiayaan murabahah, dan teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu.

### **3. BAB III Metode Penelitian**

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam rangka mencapai hasil penelitian secara maksimal. Didalamnya akan dimuat rancangan penelitian berupa pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan penelitian, tahap-tahap penelitian.

### **4. BAB IV Hasil Penelitian**

Hasil penelitian berisi tentang profil Lembaga BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung, paparan data strategi pemasaran pembiayaan murabahah dalam upaya meningkatkan jumlah anggota di BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung yang disajikan dengan topik sesuai dengan pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.

### **5. BAB V Pembahasan**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai strategi pemasaran pembiayaan murabahah dalam upaya meningkatkan jumlah anggota di BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung

## **6. BAB VI Penutup**

Bab penutup yang berisi tentang kesimpulan yang merupakan jawaban atas fokus penelitian yang diajukan oleh peneliti dan saran-saran yang diberikan mengenai hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

Pada bagian akhir memuat uraian tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, yang digunakan sebagai acuan untuk penyusunan dalam pembuatan skripsi.