

**STRATEGI BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH TAQWA
SINGKUT DALAM PENINGKATAN PEMBIAYAAN
MURABAHAH DIMASA PANDEMI COVID-19
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.1)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



OLEH:
KARNINA
NIM: 18631075

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH & EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
IAIN CURUP
2022**

Hai . Pengajuan skripsi

Kepada
Yth.Rektor IAIN Curup

Di

Curup

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

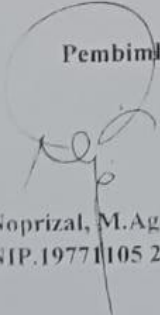
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara **Karnina** mahasiswa IAIN Curup yang berjudul: "**STRATEGI BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH TAQWA SINGKUT DALAM PENINGKATAN PEMBIAYAAN MURABAHAH DIMASA PANDEMI COVID-19**", sudah dapat diajukan dalam sidang *munaqasyah* Prodi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

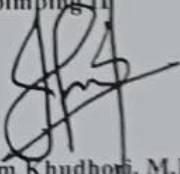
Wassalamu 'alaikumWr. Wb

Curup, 13 Juli 2022

Pembimbing I


Noprizal, M.Ag
NIP.19771105 200901 1 007

Pembimbing II


Khairul Umam Khudhori, M.E.I
NIP.199007252018011001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Karnina
Nomor Induk Mahasiswa : 18631075
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, Juni 2022
Peneliti,



Karnina
NIM. 18631075



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119
Website/facebook: fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email fakultassyariah@ekonomislam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 209 /In.34/FS/PP.00.9/00/2022

Nama : Karnina
NIM : 18631075
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut Dalam Peningkatan Pembiayaan *Murabahah* dimasa Pandemi Covid-19

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : Senin, 01 Agustus 2022
Pukul : 08.00-09.30 WIB
Tempat : Ruang 1 Gedung Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah.

Curup, 18 Agustus 2022

TIM PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Mabrur Syah, S.Pd.I., S.IPI, M.H.I
NIP. 198008182002121003

Albuhari, M.H.I
NIDN. 2020116902

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd., MM
NIP. 197502192006041008

Fitmawati, M.E
NIDN.2024038902

Mengesahkan
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



Dr. Yustri, M.Ag

NIP. 197002021998031007 do

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah hirabbilalamin segala puji bagi Allah SWT, atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, skripsi ini dapat peneliti selesaikan. Sholawat bersertakan salam tak lupa pula kita haturkan kepada junjungan Nabi kita yakni Nabi Muhammad SAW (Allahuma Soli'Ala Sayyidina Muhammad Wa'ala Ali Sayyidina Muhammad), beserta keluarga dan para sahabat-Nya, karena berkat karunia-Nya kita bisa dapat menikmati hidup yang penuh dengan keimanan serta ilmu pengetahuan.

Adapun skripsi ini berjudul "***Strategi Baitul Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam Peningkatan Pembiayaan Murabahah Dimasa Pandemi Covid-19***" yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi strata satu (S.1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syariah.

Peneliti menyadari bukanlah mudah untuk menyelesaikan skripsi ini, karena terbatasnya pengetahuan dan sedikitnya ilmu yang dimiliki peneliti, sepenuhnya bahwa tanpa adanya dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka tidak mungkin peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M. Pd. I selaku Rektor IAIN Curup.
2. Tak lupa kedua orang tuaku, Bapak tersayang Jabarudin dan Ibu tercinta Asma Mulya (almh), Ibu sambung Julita Hati beserta saudara ku Kirana dan Kairan yang terus mendoakan, memberi dukungan dan semangat serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
4. Bapak Khairul Umam Khudohri, M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
5. Bapak Noprizal M. Ag dan Bapak Khairul Umam Khudhori, M.E.I selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Untuk keluarga besar Ma'had Al-Jami'ah IAIN Curup,Ustad Dr. Yusefri M.Ag Umi Sri Wihidayati, M.H.I Ustad Budi Birahmat, Umi Fitra Hayani, S.E.I, Ustad Agusten beserta ibunda yang selalu memberikan motivasi dan selalu membimbingku yang senantiasa dalam lindungan Allah.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Curup beserta seluruh karyawan.
8. Pengelola BTM Taqwa Singkut yang telah mengizinkan saya sehingga saya bisa meneliti disana, serta memberi kemudahan kepada peneliti selama pelaksanaan penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada Seluruh Dosen IAIN Curup yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada peneliti selama berada dibangku kuliah.

10. Pengelola BTM Taqwa Singkut yang telah mengizinkan saya sehingga saya bisa meneliti disana, serta memberi kemudahan kepada peneliti selama pelaksanaan penyelesaian skripsi ini.
11. Kepada Seluruh Dosen IAIN Curup yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada peneliti selama berada dibangku kuliah.
12. Teman-Teman seperjuangan prodi perbankan syariah angkatan 2018 dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Terimakasih atas segala bantuan yang diberikan serta kebaikan semuanya, semoga apa yang sudah diberikan akan mendapatkan manfaat serta bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT. Mengingat keterbatasan peneliti akan kekurangan dan kesalahan, maka peneliti mengharap kritik dan saran untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata dengan kerendahan hati, peneliti, peneliti mengucapkan atas semua bimbingan, masukan, dan partisipasi yang telah diberikan oleh semua pihak tersebut diatas dan peneliti bisa menyelesaikannya dan berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan. Aamiin Ya Rabbal' Alamin.

Wassalamu' alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Curup, 3 Juli, 2022

Peneliti


Kurnina
18631975

MOTTO

“I CAN IF I THINK I CAN”

PERSEMBAHAN

Puji Syukur Alhamdulillah Atas Ridha dan Rahmat dari-Mu ya Allah SWT sehingga “Skripsi” ini dapat terselesaikan, dan dapat dengan tulus kupersembahkan untuk:

- Untuk orang yang paling berjasa didalam hidupku, orang yang selalu mendoakanku dan selalu mendukungku dalam keadaan apapun. Ayahandaku tersayang Jabarudin dan ibundaku tercinta Asma Mulya (Alm), Ibunda sambungku Julita Hati yang telah memberikan dukungan yang begitu besar untukku baik itu dari materi maupun moril serta doa yang tiada henti kalian berikan untuk kesuksesanku.
- Yang tersayang Nenek dan Kakek “Holina dan Abidin, Usman Basri, Rusna Wati” beserta keluarga besar Paman dan Bibi: Arman Hajar, Satri Irma Ningsih, Iska Muda, Saudah, Erna Wati dan Danaria yang selama telah memberi dukungan dan mendoakan.
- Yang tersayang, Adikku “Kirana dan Khairan” juga saudara- saudariku, Redi Panji Satria, Fitri Eka Susanti, Kiki Windalia, Wulan Muda Lasari, yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepadaku.
- Ustadz Yusefri berserta Umi Sri Whidayati dan juga ustadz-ustadzah pengelola Mahad Al-Jamiah IAIN Curup, yang telah membimbing dan mengarahkan, menjaga dan memberi arahan yang sangat bermanfaat bagiku.
- Teman-teman seperjuangan serta Adik-adik yang tinggal di Asrama 7 Khodijah selalu memberi dukungan.
- Seluruh Teman-teman angkatan 2018

Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut Dalam Peningkatan Pembiayaan *Murabahah* Dimasa Pandemi Covid-19

Oleh: Karnina (18631075)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: mengetahui strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19, Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam menjalankan suatu usaha hal yang paling penting dilakukan adalah menentukan dan menyusun strategi yang tepat, bagaimana dan strategi apa saja yang digunakan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19.

Metodelogi penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan *deskriptif kualitatif*. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan pengamatan langsung dilokasi perusahaan melalui wawancara arsip atau dokumen perusahaan. Data sekunder diperoleh dari jurnal, arisp-arsip atau dokumen dari Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan gambaran kesimpulan.

Dari hasil penelitian ini bisa disimpulkan bahwa, Adapun strategi yang yang diterapkan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemic covid-19 yaitu: 1) meningkatkan kegiatan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat secara *door to door*, melalui periklanan brousur, sosial media dan facebook, whatshapp. 2) meningkatkan kualitas sumber daya insani dalam proses pelayanan kepada anggota 3) memberikan reward atau apresiasi kepada nasabah. 4) Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut memberikan perpanjangan masa kredit dan diperkecil angsuran kepada nasabah yang terdampak covid-19. strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19 menggunakan strategi *marketing mix 7p*, yaitu strategi *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*.

Kata Kunci: Strategi, BTM, peningkatan pembiayaan *murabahah*, pandemi covid-19

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kajian Literatur	10
G. Defenisi Operasional	14
H. Metode Penelitian	16
I. Sistematika Penulisan	18
BAB II LANDASAN TEORI	22
a. Strategi	23
b. Marketing Mix	30
c. Peningkatan	33
d. Pembiayaan Murabahah	34

e. Covid-19.....	41
BAB III GAMBARAN UMUM BTM TAQWA SINGKUT.....	44
a. Sejarah Singkat Baitut Tamwil Muhammadiyah	45
b. Keadaan Umum Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut ...	46
c. Visi Dan Misi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut	47
d. Badan Hukum Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut.....	48
e. Manajemen Dan Strukur Organisasi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut	51
f. Produk-Produk Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut ...	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
a. Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan murabahah dimasa pandemi covid-19....	63
b. Strategi yang digunakan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan murabahah dimasa pandemi covid-19	77
BAB V PENUTUP.....	82
a. Kesimpulan	81
b. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi BTM Taqwa Singkut	52
Gambar 4.1 Kantor BTM Taqwa Singkut	70
Gambar 4.2 Promosi sosial media.....	71
Gambar 4.3 Brosur BTM Taqwa Singkut.....	72
Gambar 4.4 Kegiatan pembagian brosur kepada masyarakat	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah aset BTM Taqwa Singkut	3
Tabel 1.2 Jumlah Pembiayaan murabahah.....	6
Table 1.3 Jumlah anggota BTM Taqwa Singkut.....	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena penerapan prinsip syariah di lembaga keuangan saat ini berkembang pesat, tidak hanya di perbankan tetapi juga lembaga keuangan non-bank. Menurut UU NO. 21 Tahun 2008, lembaga keuangan bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyatnya, sedangkan lembaga keuangan non-bank adalah lembaga keuangan yang memberikan jasa-jasa keuangan dan menarik dana dari masyarakat secara tidak langsung.¹ sektor lembaga keuangan bank dikenal dengan perbankan syariah, sedangkan pada lembaga keuangan non-bank dikenal dengan asuransi syariah, pegadaian syariah, hingga Baitut Tamwil Muhammadiyah yang berbasis syariah.

Lembaga-lembaga keuangan syariah dengan *system profit and lost sharing* yang mulai semakin berkembang hal ini diperkuat dengan undang-undang No.7 tahun 1992 sebagai legalitas payung hukum terhadap berdirinya bank syariah di Indonesia dan undang-undang tersebut disempurnakan dengan UU tahun 1998. Lembaga keuangan syariah hadir sebagai jawaban terhadap kekhawatiran masyarakat akan keharaman hutang berbasis bunga

¹ Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga yang Terkait*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo, 1996), hal. 5

atau ribawi.² Salah satu jenis lembaga keuangan syariah adalah Baitut Tamwil Muhammadiyah lembaga ini mulai menjalankan aktivitasnya berorientasi kepada prinsip syariah. Baitut Tamwil Muhammadiyah berdiri dengan gagasan akan *fleksibilitas* dalam menjangkau masyarakat pada kalangan bawah yaitu lembaga ekonomi rakyat kecil.

Baitut Tamwil Muhammadiyah bukan sekedar lembaga ekonomi yang bersifat bagi hasil, namun BTM juga sebagai lembaga ekonomi dalam rangka memperbaiki perekonomian umat. Sesuai dengan itu maka dana yang dikumpulkan dari anggota harus di salurkan dalam bentuk pinjaman kepada anggota. Pinjaman dana kepada anggota dalam konsep Baitut Tamwil Muhammadiyah di sebut dengan pembiayaan. Pembiayaan merupakan suatu fasilitas.

Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut Sangat berarti untuk mencukupi kebutuhan, dan juga dengan adanya Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut ini juga bisa menghindari dari transaksi ribawi. Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut ini mempunyai keuangan sendiri, jadi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut bisa menampung dana-dana dari sekolah, dari umat, dari masyarakat, dan menyalurkan kepada jamaah masyarakat untuk menggerakkan ekonominya. Baitut Tamwil Muhammadiyah untuk sekarang ini hanya bisa didirikan

² Syifa Zakia Nurlatifah Dan R. Masykur “Pengaruh Strategi Pemasaran *World Of Mounth* (Wom) dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung” *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol.17., no.3 (2017): h. 164

dikota Singkut dan belum bisa didirikan di kota-kata dikarenakan di Singkut ini sebagai pusat administrasi berkembangnya masyarakat muhammadiyah.³

Dari sekian banyak BTM di Indonesia yang telah didirikan oleh organisasi Muhammadiyah, maka ada BTM yang berada di Provinsi Jambi, Kabupaten Sarolangun Kecamatan Singkut, yang merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang berdiri pada tahun 2010 dan berjalan pada tahun 2011.

Berikut ini adalah lampiran aset Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut:

Tabel 1.1
Aset Baitut Tamwil Muhammadiyah di Kecamatan Singkut Kabupaten Sarolangun Tahun 2011-2021⁴

Tahun Aset	Jumlah Aset
2011	1,663,322,086
2012	3,450,382,858
2013	5,119,114,089
2014	5,997,434,272
2015	6,189,587,368
2016	6,267,596,168
2017	7,764,486,476
2018	10,716,831,111
2019	12,463,068,063
2020	14,633,319,241
2021	16,467,088,372

³ Ali Akbar, *Wawancara*, tanggal 18 November 2021, Jam 08: 45.

⁴ Puput Suryanti, *Wawancara Via Whatshapp*, tanggal 28 Januari 2022, Jam 13: 57

Dari tabel 1.1 dan dapat dilihat bahwa BTM Singkut dari setiap tahun Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut terus meningkatkan jumlah aset pertahun.

Kepercayaan masyarakat terhadap keberadaan Baitut Tamwil Muhammadiyah di Kabupaten Sarolangun kini semakin tinggi. Keberadaannya sebagai salah satu lembaga keuangan alternatif dan partner bagi pengusaha kecil dan masyarakat golongan ekonomi lemah semakin mendapat tempat di tengah-tengah masyarakat bahkan menjadi tujuan utama di daerah Singkut karena sistem bagi hasil syariah yang ditawarkan terbukti cukup menguntungkan dan aman. Fungsi intermediasi yang dijalankan Baitut Tamwil Muhammadiyah di Kabupaten Sarolangun, berupa kegiatan menghimpun dana dari masyarakat, telah berjalan relatif optimal.

Strategi yaitu suatu rencana untuk mencapai tujuan tertentu yang disusun dengan sedemikian rupa oleh organisasi sesuai dengan misi yang hendak dirainya sekaligus untuk melaksanakan mandat atau tugas-tugas yang diembannya dengan mempertimbangkan pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal. Strategi diartikan sebagai proses yang menentukan rencana pemimpin puncak dimana mereka berfokus pada tujuan jangka panjang dalam sebuah organisasi dengan disertai penyusunan cara atau upaya untuk sampai pada tujuan tersebut.⁵

⁵ Muhammad Nasrullah “*Strategi Penyelesaian Pembiayaan Murabahah Bermasalah di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Bina Insan Mandiri (KSPPS BIM) Gondang Rejo Karang Anyar.*” Skripsi (Fakultas Agama Islam ,Universitas Muhammadiyah Surakarta 2017), h. 5

Transaksi pembiayaan *Murabahah* ini lazim dilakukan oleh Rasulullah SAW dan para sahabatnya. Secara sederhana, *Murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah dengan margin yang disepakati. Bentuk-bentuk akad jual beli yang telah dibahas oleh ulama dalam *fiqh muamalah* terbilang masih sangat banyak sekali.

Murabahah adalah jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli dengan cicilan. Pada perjanjian *murabahah* atau *mark up*, bank membiayai pembelian barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli barang itu dari pemasok barang dan kemudian menjualnya kepada nasabah tersebut dengan menambahkan suatu *mark-up* atau keuntungan. Dengan kata lain, penjualan barang oleh bank kepada nasabah dilakukan atas dasar *cost-plus profit*.⁶

Murabahah merupakan bentuk jual beli amanah yang dikenal dalam syariat Islam, karena penjual disyaratkan melakukan kontrak terlebih dahulu dengan menyatakan dengan harga barang yang akan dibeli, dalam pembiayaan *Murabahah* bank menetapkan harga jual barang yaitu harga pokok perolehan barang ditambah sejumlah margin keuntungan bank. Harga jual telah disepakati diawal akad tidak boleh berubah selama jangka waktu pembiayaan.⁷

⁶ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2007), h. 64

⁷ Yenti Afrinda "Analisis Pembiayaan Murabahah di Perbankan Syariah" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam vol. 1*, no. 2 (2016): h 157-158

Tabel 1.2 Data Pembiayaan Murabahah Baitut Tamwil Muhammadiyah di Kecamatan Singkut Kabupaten Sarolangun Tahun 2019-2021.⁸

Tahun	Jumlah Pembiayaan Murabahah
2018	5,898,682,629
2019	6,956,268,855
2020	7,345,984,907
2021	8,759,686,266

Sumber: *BTM Taqwa Singkut Kabupaten Sarolangun, 2021*

Dari antara tabel 1.2 dapat dilihat bahwa Pembiayaan *Murabahah* BTM Taqwa Singkut dari tahun sebelum covid-19 hingga pada waktu covid-19 mengalami perubahan yang sangat meningkat.

Setiap BTM harus menentukan strategi yang sesuai dari sudut pandang posisi industri dan tujuan, peluang, keahlian serta sumber dayanya. Oleh sebab itu, sangat diperlukan strategi yang baik untuk meningkatkan pembiayaan *murabahah*, khususnya pada BTM Taqwa Singkut agar produk pembiayaan *murabahah* semakin meningkat dimasa pandemi covid-19. Pada rangka memperkenalkan pembiayaan *Murabahah* serta memperluas pangsa sasarannya, maka BTM Taqwa Singkut perlu strategi peningkatan yang dianggap tempat untuk meningkatkan pembiayaan *Murabahah* dalam masa pandemi saat ini.

Adapun strategi yang digunakan Baitut Tamwil Muhammadiyah dalam meningkatkan pembiayaan *Murabahah* yaitu dengan strategi pemasaran dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, kemasan, proses. Dengan menggunakan strategi 7P

⁸ Puput Suryanti, *Wawancara Via Whatsapp*, tanggal 8 November 2021, Jam 13:55

(*product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*) tersebut bisa meningkatkan pembiayaan *Murabahah* dimasa pandemi covid-19.

Melihat dari beberapa fenomena tersebut, maka penulis melakukan survei awal dengan wawancara Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut kepada ibu Dia. Dari keterangan yang didapat dari wawancara tersebut, peneliti memperoleh data awal yaitu jumlah pembiayaan *Murabahah* dimasa sebelum pandemi tahun 2018 Desember - dimasa pandemi 2021.

Dari uraian di atas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian sekaligus mengkaji, serta membahasnya lebih jauh lagi dalam menjelaskan permasalahan tersebut. Maka peneliti melakukan penelitian tentang **“Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Dalam Peningkatan Pembiayaan *Murabahah* di Masa Pandemi Covid-19”**.

B. Batasan Masalah

Batasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun perluasan pokok masalah, agar penelitian ini lebih terarah dan mempermudah dalam pembahasannya sehingga tujuan penelitian dapat tercapai dengan maksimal. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini terfokus pada dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19 Tahun 2020 samapai Tahun 2021.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa strategi yang digunakan oleh pihak Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19?
2. Bagaimana Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19?
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh pihak Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19?

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat diperoleh dari peneliti skripsi antara lain:

1. Manfaat teoritis

- a. Penelitian ini untuk memberikan pemahaman positif dalam upaya untuk meningkatkan strategi peningkatan di lembaga keuangan syariah saat ini dan yang akan mendatang serta mampu menambah keilmuan dalam strategi peningkatan pembiayaan *murabahah* di lembaga keuangan syariah.
 - b. Penelitian ini dapat menambah informasi, wacana terhadap para pembaca mengenai Baitut Tamwil Muhammaadiyah Taqwa Singkut, semoga membaca penelitian ini dapat bergabung dalam lembaga keuangan syariah.
 - c. Sebagai sarana untuk menjadi tambahan referensi dan menambah ilmu pengetahuan penulis serta pembaca mengenai strategi peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19.
2. Manfaat praktis
- a. Bagi peneliti, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai sarana maupun wadah untuk melatih dalam meningkatkan dan juga mengembangkan kemampuan dalam bidang penelitian, serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai pemahaman masalah evaluasi kinerja lembaga keuangan syariah pada umumnya, dan diharapkan memberikan motivasi terhadap BTM Taqwa Singkut agar selalu berkembang dan meningkat.
 - b. Bagi Baitut Tamwil Muhammadiyah, sebagai sumbangan pemikiran dan pengembangan informasi, masukan untuk merencanakan strategi peningkatan pembiayaan *murabahah* yang tepat dan dapat digunakan

dalam merencanakan strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* di masa pandemi covid-19.

- c. Bagi IAIN Curup, dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi teman-teman mahasiswa dan lembaga dalam pengembangan penelitian ini serta keilmuan yang telah dilakukan mengalami pembaharuan di setiap generasinya.

F. Kajian Literatur

Penelitian terdahulu merupakan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu digunakan oleh peneliti sebagai bahan perbandingan dan acuan, selain itu untuk menghindari anggapan yang sama dalam penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syafaat Habib dengan judul **“Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murabahah* di *Baitut Tamwil Muhammadiyah* Bandar Lampung”**.

Masalah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu bagaimana Strategi Pembiayaan *Murabahah* di *Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM)* Bandar Lampung. Metode penelitian yang dipakai penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian yang bersifat Deskriptif Analisis yaitu menggambarkan dan pemaparan konsep yang diikuti analisa.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dan teknik penelitian menggunakan *snowball sampling*. Hasil penelitian yang didapatkan pada *Baitut Tamwil Muhammadiyah*

(BTM) Bandar Lampung yang memberikan solusi yaitu strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh *Baitut Tamwil Muhammadiyah* (BTM) Bandar Lampung menggunakan tahap-tahap dan unsur-unsur pemasaran produk 4P yaitu *product, price, place promotion* tujuannya menganalisis kemas depan dan melakukan teknik-teknik melihat pangsa pasar, produk yang paling banyak diminati, luasnya pasar sekaligus karakteristik para peserta.⁹

2. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Wulandari skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran pembiayaan Murabahah guna Meningkatkan Jumlah Anggota dalam Prestektif Ekonomi Islam (Studi *Baitut Tamwil Muhammadiyah BIMU Bandar Lampung*)”**.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dan juga menggunakan penelitian kepustakaan guna melengkapi data. Pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah bahwa prosedur yang dilakukan oleh BTM BIMU Bandar Lampung telah sesuai dengan ketentuan islam dengan melakukan analisis kelayakan mengguna 5C yaitu, *character, capacity, capacital, condition, collateral*, penerapan pembiayaan *murabahah* di BTM BIMU Bandar Lampung sudah

⁹ Muhammad Syafaat Habib “*Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah di Baitut Tamwil Muhammadiyah Bandar Lampung*” Skripsi. (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2018)

sesuai dengan prosedur dan sudah sesuai dengan prinsip syariah yang jauh dari *gharar* dan *syubhat* yang dilarang oleh agama.¹⁰

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yahya Sani Pratama skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murabahah* Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota (Studi Pada KSPPS BTM BIMU Bandar Lampung).**

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis mengenai apa yang terjadi dilapangan. Data yang digunakan adalah data primer yang didapat melalui kuesioner menggunakan teknik *sampling random* (acak). Hasil dari penelitian bahwa strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah anggota *murabahah* yaitu *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*. Strategi *segmentasi* dengan menjadi membagi segmen geografis, dan geografis dan perilaku, *targeting* dengan menentukan pasar sasaran berdasarkan evaluasi segmen pasar, *positioning* atas dasar atribut, penentuan berdasarkan atribut produk tertentu. Metode tersebut digunakan karena sangat efektif bagi pihak pemasar maupun pihak anggota untuk berkomunikasi.¹¹

¹⁰ Siti Wulandari “*Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Guna Meningkatkan Jumlah Anggota dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi Baitut Tamwil Muhammadiyah BIMU Bandar Lampung.*” Skripsi (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2018).

¹¹ Yahya Sani Pratama “*Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah dalam meningkatkan Jumlah Anggota: Studi Pada KSPPSB BIMU Bandar Lampung*” Skripsi (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2020).

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ila Karini dengan judul **“Analisis Peran Pembiayaan Modal Kerja Usaha Terhadap Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Persepektif Ekonomi Islam)”**.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan kancah kehidupan yang sebenarnya dengan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode dalam penelitian yang digunakan dalam menganalisis data adalah metode penelitian kualitatif yang dipadukan dengan teori kepustakaan kemudian dari semua data yang terkumul diolah secara sistematis.

Setelah melakukan penelitian dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi, dan kemudian menganalisisnya, dan adapun hasil dari analisa mengenai pembiayaan modal kerja usaha dalam pandangan ekonomi islam yaitu sesuai dengan ketentuan yang berlaku yaitu tidak bertentangan dengan syariah Islam. Dengan asas tolong menolong sehingga tidak memberatkan nasabah, kemudian dari rukun-rukun dalam pembiayaan modal kerja yang menggunakan akad murabahah yang semua rukunnya terpenuhi.¹²

5. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nasrullah dengan judul **“Strategi Penyelesaian Pembiayaan *Murabahah* Bermasalah di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Bina Insan Mandiri (KSPPS BIM) Ngondanрге Jo Karanganyar”**.

¹² Ila Karini *“Analisis Peran Pembiayaan Modal Kerja Usaha Terhadap Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Persepektif Ekonomi Islam : Studi Pada Baitut Tamwil Muhammadiyah BIMU Bandar Lampung”* Skripsi (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam,UIN Raden Intan Lampung, 2017).

Masalah yang terdapat di permasalahan ini adalah Faktor-faktor yang mempengaruhi pembiayaan bermasalah dan faktor dari nasabah pembiayaan, faktor menurunnya ekonomi nasabah. Strategi pembiayaan *murabahah* yang dipakai oleh Kspps Bina Insan Mandiri adalah *rescheduling*, *reconditioning*, dan eksekusi jaminan. Dapat dilihat dari strategi tersebut semua telah sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah nasional.¹³

Menurut dari beberapa penelitian terdahulu, terdapat beberapa perbedaan penelitian baik dari segi objek yang lebih luas, lokasi yang diteliti berbeda, penelitian ini lebih spesifik kearah peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemic covid-19 dari subjek yang diteliti berbeda.

G. Defenisi Operasional

Berdasarkan judul diatas, agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian maka peneliti mengidentifikasi judul dari masing-masing kata adalah sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi suatu tindakan yang bersifat *incremental* senantiasa meningkatkan dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.

Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya

¹³ Muhammad Nasrullah “*Strategi Penyelesaian Pembiayaan Murabahah Bermasalah di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Bina Insan Mandiri KSPPS BIM Gondangre Jo Karanganyar*” Skripsi (Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017).

kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti, perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan.¹⁴

2. Baitut Tamwil Muhammadiyah

Baitut tamwil yang berasal dari gabungan dua pengertian, yaitu Bait yang artinya rumah dan tamwil (pengembangan harta kekayaan) yang katanya berasal dari kata maal atau harta keseluruhan Baitut Tamwil ini dimaknai sebagai tempat untuk mengembangkan usaha atau tempat untuk mengembangkan usaha atau tempat untuk mengembangkan harta kekayaan.¹⁵

3. Peningkatan

Menurut KBBI peningkatan yaitu proses, cara meningkatkan (usaha, kegiatan, dan sebagainya). Menurut Adi S peningkatan berasal dari kata tingkat, yang berarti lapis atau lapisan dari sesuatu yang membentuk susunan. Tingkat juga dapat diartikan pangkat, taraf, dan kelas, sedangkan peningkatan yang berarti kemajuan dan dapat digambarkan dengan perubahan dari keadaan atau sifat yang negatif berubah menjadi positif.¹⁶

4. Pembiayaan *Murabahah*

Pengertian pembiayaan secara luas berarti financing atau pembelanjaan, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan baik dilakukan sendiri maupun

¹⁴ Sesra Budio “Strategi Manajemen Sekolah” *Jurnal Menata* vol 2, no. 2 (2019): h. 59

¹⁵ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 195

¹⁶ Nur Indah Sari Dkk, “Peningkatan Spritualitas Melalui Wisata Religi di Makam Keramat Kwitang Jakarta” *Jurnal Studi Al-Quran*, 14, no. 1 (2018): h. 48

dijalankan oleh orang lain. Pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah. *Murabahah* adalah akad jual beli dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.¹⁷

H. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan *deskriptif kualitatif*. Pendekatan *deskriptif kualitatif* merupakan salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara apa adanya, sistematis atau menggambarkan fenomena secara detail. Pendekatan ini digunakan karena data yang dibutuhkan berupa keterangan, penjelasan dan informasi-informasi lisan mengenai persoalan-persoalan yang terjadi dilapangan atau lokasi penelitian.¹⁸ Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan secara luas dan mendalam tentang strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan murabahah dimasa pandemi covid-19.

2. Subjek Penelitian

Subjek adalah bagian dari objek yang akan diteliti. Penelitian ini merupakan penelitian *kualitatif* sehingga diperlukan subjek penelitian.

¹⁷ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 113

¹⁸ M Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta:Ghalia Indonesia, 2003), h. 54

Subjek penelitian adalah benda, orang atau tempat untuk variabel yang dipermasalahkan. Subjek dalam penelitian ini adalah pengurus sekaligus pengelola Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jl.KH. Ahmad Dahlan No.017 Desa Bukit Tigo, Kecamatan Singkut, Kabupaten Sarolangun, Provinsi Jambi.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini subjek dari mana data diperoleh, sumber data menjelaskan tentang dari mana diperolehnya data yang dikumpulkan serta orang-orang yang dimintai keterangan sehubungan dengan penelitian yang dilakukan. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan *sumber primer*, dan *sumber sekunder*.¹⁹

Adapun yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.²⁰ Dalam penelitian ini adalah hasil wawancara secara langsung kepada karyawan BTM Taqwa Singkut.

¹⁹ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 62

²⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 42

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk table-tabel atau diagram-diagram. ²¹Adapun sumber data sekunder pada penelitian ini adalah berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumentar) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder didapat dari BTM Taqwa Singkut dan pihak-pihak yang berkaitan dalam penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian, maka penelitian menggunakan alat pengumpulan data berupa teknik-teknik sebagai berikut:

a) Observasi

Metode observasi adalah metode yang dilakukan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis atas fenomena-fenomena yang diteliti.²² Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi nonpartisipan. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini mengamati secara langsung tentang peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19.

²¹ *Ibid.*, h. 43.

²² Hadi Sutrisno, *Metodelogi Research*, (Yogyakarta: Andi, 2004), h.151

a) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam survei yang menggunakan pertanyaan lisan kepada subjek penelitian. Atau pertemuan dua orang untuk tukar menukar informasi atau ide melalui tanya jawab.²³ Berdasarkan metode wawancara ini peneliti melakukan wawancara terbuka tidak terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data secara mendalam. Peneliti mewawancarai beberapa karyawan BTM Taqwa Singkut mengenai strategi peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19.

b) Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk mencari hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip buku, surat kabar, majalah, prasasti dan sebagainya.²⁴ Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini semua jenis rekaman catatan “sekunder” lainnya, seperti foto atau gambar, dokumen-dokumen, profil instansi, data anggota, dan surat wawancara. Dokumentasi yang didapat peneliti berasal dari BTM Taqwa Singkut dan beberapa karyawannya.

6. Teknik Analisis Data

Susan stainback, mengemukakan bahwa analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif. Analisis digunakan

²³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: IKAPI, 2017), h. 171-231

²⁴ Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), h. 274

untuk memahami hubungan dan konsep dalam data sehingga hipotesis dapat dikembangkan dan dievaluasi.²⁵

Dalam karangan Sugiyono yang dikutip Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, hingga datanya jenuh. Terdapat tiga hal penting dalam analisis data, penyajian data, gambaran kesimpulan dan verifikasi.²⁶

- a) Data *Reduction* (Reduksi Data) merupakan proses berfikir sensitive yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan dalam kedalaman wawasan yang tinggi.²⁷ Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan.
- b) Data *Display* (Penyajian Data) yaitu kategorisasi dengan menyusun sekumpulan data berdasarkan pola pikir, pendapat, dan kriteria tertentu untuk menarik kesimpulan. Penyajian data membantu untuk memahami peristiwa yang harus dilakukan untuk analisa data lebih jauh dan lebih dalam berdasarkan pemahaman terhadap peristiwa tersebut.

²⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2018), h.335

²⁶ Sugiono, *Op. Cit.* h., 91

²⁷ *Ibid.*, h. 339

- c) *Concluding dra wing* atau *verification* (penarikan kesimpulan) gambaran kesimpulan dan verifikasi, yaitu penarikan kesimpulan berdasarkan data-data yang telah disajikan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategia*" yang telah diartikan sebagai *the art of the general* atau seni seorang panglima yang biasa digunakan untuk peperangan. Adapun dalam pengertian umum, strategi yaitu cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan untuk mencapai tujuan, yang telah ditetapkan sebelumnya.²⁸

Istilah strategi semula yang bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai "kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan". Istilah strategi sering digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya.

Secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Istilah strategi yang diartikan oleh manajer yaitu sebagai rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan.

²⁸ Ismail Sholihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung Erlangga, 2012), h.23

Strategi adalah merupakan rencana permainan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Suatu strategi yang mencerminkan kesadaran perusahaan tentang bagaimana, kapan dan dimana perusahaan tersebut berkompetisi tersebut dan untuk tujuan apa suatu perusahaan berkompetisi.²⁹

Secara terminologi menurut Chalder mendefenisikan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitanya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut Porter, strategi merupakan alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Menurut Stephani K. Marsus, strategi adalah suatu proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan tersebut dapat dicapai.³⁰

Strategi merupakan perencanaan induk yang kompetitif yang harus menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.³¹

Strategi yang dipilih harus di implementasikan oleh organisasi dan akhirnya harus dievaluasi terhadap strategi tersebut. Strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan perusahaan, strategi memiliki beberapa sifat: menyatu, menyeluruh, dan integral.³²

²⁹ Nurul Mubarak, *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calist*, Jurnal I-Ekonic, Vol. 3, No 1, (2017), h. 76

³⁰ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), h.17

³¹ Rangkuti Freddy, *Fleksibel Marketing*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 183

³² Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik (Pengantar Proses Berfikir Strategik)*, (Jakarta: Binarupa Aksara 2007), h.16

Selain itu strategi yang lebih khusus, disampaikan oleh Hamel dan Prahalad mengatakan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat, dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.³³

Child dan Purwanto menyatakan bahwa strategi adalah sekumpulan pilihan dasar atau kritis mengenai tujuan dan cara dari bisnis.³⁴

Strategi dipahami bukan hanya sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan, melainkan mencakup pula penentuan berbagai tujuan. Strategi dipahami juga sebagai pola yang mencakup didalamnya baik strategi yang dirancang maupun strategi yang awalnya tidak dimaksudkan perusahaan tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk di implementasikannya.

Berdasarkan pengertian dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tindakan yang dirumuskan berdasarkan tujuan yang akan dicapai BTM Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19.

1. Macam-macam Strategi

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai strategi dalam berusaha namun mungkin saja terjadi seorang pimpinan perusahaan tidak menyadarinya. Adapun dalam mengkaji strategi perusahaan

³³ *Ibid.*, h.18

³⁴ Purwanto, *Marketing Strategik Peningkatan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, (Jakarta: Platinum, 2012), h.14

perlu diketahui bahwa bentuk strategi akan berbeda-beda antara industry dan ukuran perusahaan. Berikut ini paparan tiga macam model strategi generik:

a. Strategi generik dari Wheleen dan Hunge

Untuk menjelaskan tentang strategi, Wheleen dan Huger menggunakan konsep dari General Electric menyatakan bahwa prinsipnya strategi Generic dibagi atas tiga macam yaitu, strategi Stabilitas, ekspansi, dan penciutan.

b. Strategi Generik dari Michael R. Porter

Menurut Porter, jika perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memilih prinsip berbisnis, yaitu dengan produk harga tinggi atau produk dengan biaya rendah, bukan kedua-duanya. Berdasarkan prinsip ini, porter menyatakan terdapat tiga strategi Generic, yaitu strategi Deferensial, kepemimpinan biaya menyeluruh, dan fokus.³⁵

c. Strategi Generik dari Fred R. David

Menurut Fred R. David, pada prinsipnya strategi generik dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi:

1) Strategi integrasi vertical

Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan para

³⁵ Husein Umar, *Strategic Management in Actio*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 33

pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisis atau membuat perusahaan sendiri.

2) Strategi intensif

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

3) Strategi diverifikasi

Strategi ini untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

4) Strategi bertahan

Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlapis dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung-ujungnya adalah kebangkrutan.³⁶

2. Bentuk-bentuk Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga bentuk strategi, yaitu strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.

³⁶ *Ibid*, h. 35

a. Strategi manajemen

Strategi manajemen yaitu meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan.

b. Strategi investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.

c. Strategi bisnis

Strategi ini sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

3. Fungsi Strategi

a. Strategi sebagai rencana

Strategi yaitu menjadi arah tindakan pedoman yang digunakan untuk menghadapi tantangan lingkungan tertentu, bertitik tolak dari kesadaran kekuatan.

b. Strategi sebagai pola

Sebagai pola dari suatu rangkaian tindakan untuk menghadapi tantangan atau memanfaatkan peluang yang terdapat dilingkungan.

c. Strategi sebagai kedudukan

Penetapan perusahaan dilingkungan mikro. Strategi menjadi media yang menjembatani perusahaan dengan lingkungannya.

d. Strategi sebagai perspektif

Strategi menjadi perwujudan cara melihat dan pemahaman lingkungan disusun bertitik tolak dari tata nilai budaya wawasan koalisi dominan itu.³⁷

4. Tahapan Strategi

Strategi juga melalui beberapa tahapan dalam prosesnya, secara garis besar tahapannya ada tiga yaitu:

a. Perumusan strategi

Langkah yang dilakukan dalam merumuskan strategi yang akan dilakukan, sudah termasuk dalam pengembangan tujuan mengenai peluang dan ancaman external, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan objektivitas, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi untuk dilakukan. Dalam perumusan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk memutuskan dan memperluas menghindari atau melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

³⁷ Syaifudin Elman, *Strategi Penyaluran Dana Zakat BAZNAS Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi*, Skripsi (Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayattullah Jakarta, 2015), h. 21

b. Implementasi strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang tepat tersebut.

c. Evaluasi strategi

Tahap ketiga dari strategi yaitu mengevaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi telah menjadi tolak ukur yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi ini sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah tercapai.³⁸

B. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Bauran pemasaran menurut Kotler adalah variabel-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan respon yang diharapkan dari pasar sasaran. Supriyanto dan memparkan tujuan utama bauran pemasaran adalah melakukan penawaran (*offer*) dengan promosi dan distribusi produk dengan harapan terjadi proses pembelian produk atau jasa. Kotler memaparkan variabel-variabel dari bauran pemasaran yang diterapkan saat ini adalah 7P (*Product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*).

³⁸ *Ibid.* h. 32

1. *Product* (Produk)

Product atau produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi dan memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen Kotler. Atribut produk meliputi variasi, kualitas, desain, fitur, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, dan imbalan. Menurut Kotler produk dapat diukur dari variasi, kualitas, serta tampilannya.

2. *Price* (Harga)

Price atau harga merupakan elemen yang menghasilkan pendapatan dan yang lainnya menghasilkan biaya (*cost*). Atribut harga meliputi daftar harga, diskon, potongan harga khusus, periode pembayaran, dan syarat kredit. Chandra memaparkan bahwa harga dapat diukur dengan melihat harga produk pesaing, diskon/potongan harga, dan variasi sistem pembayaran.

3. *Promotion* (Promosi)

Promotion atau promosi merupakan kegiatan mengkomunikasi informasi dari penjual kepada konsumen agar mereka melakukan pembelian produk, kegiatan promosi bercerita mengenai keunggulan produk yang ditawarkan serta membujuk pasar yang ditawarkan serta membujuk pasar sasaran untuk membelinya. Tjiptono memaparkan bahwa promosi dapat diukur dari tingkat kemenarikan iklan dan publisitas pesaing.

4. *Place* (Tempat)

Place atau tempat disebut juga sebagai saluran distribusi. Kotler menyatakan saluran distribusi merupakan keseluruhan kegiatan atau fungsi dalam memindahkan produk dari produsen ke konsumen. Huriyati memaparkan bahwa akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, peraturan pemerintah, dan persaingan adalah komponen dari *place*.

5. *People* (Orang)

People atau partisipan atau orang adalah karyawan penyedia produk atau jasa layanan maupun penjualan, atau orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam prosesnya. *People* merupakan unsur pemasaran internal yang berupaya untuk menarik pelanggan. *People* atau partisipan dapat dinilai dari *service people* (orang-orang yang terlibat langsung dalam melayani konsumen) dan customer itu sendiri.

6. *Process* (Proses)

Proses atau proses merupakan kegiatan yang menunjukkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pemilihan hingga memutuskan pembelian barang. mengungkapkan proses sebagai hubungan interaktif antara pemberi pelayanan dan konsumen.

7. *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik)

Physical Evidence atau lingkungan fisik merupakan keadaan atau kondisi yang didalamnya dapat menggambarkan situasi geografis dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca.³⁹

C. Peningkatan

Kata peningkatan Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kata kerja dengan beberapa arti antara lain menaikkan yang berarti derajat, taraf, mengangkat diri, dan lain sebagainya. Serta mempertimbangkan yang berarti memperhebat (produksi dan sebagainya).⁴⁰ Menurut Moeloni peningkatan adalah sebuah cara atau usaha yang dilakukan untuk mendapatkan keterampilan atau kemampuan menjadi lebih baik berdasarkan kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa didalam makna kata “meningkatkan” teringat adanya unsur proses yang bertahap dari tahap terendah, tahap menengah dan tahap akhir atau tahap puncak.⁴¹

Peningkatan secara epistemologi adalah menaikkan derajat taraf dan lain sebagainya, dan juga mempertinggi memperhebat produksi dan sebagainya.⁴²

³⁹ Dwinanda, “Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar”. *Jurnal Mirai Management*, Vol. 5, no. 3 (2020): h. 121-123

⁴⁰ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016), h.68

⁴¹ Novinja Kurniawan, “Strategi Meningkatkan Nasabah Pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah,” Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014), h 22

⁴² Petersalim, dan Yeni Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta: Modern Press, 1995), h 160

Menurut parah ahli Adi S, peningkatan yang berasal dari tingkat yang berarti lapis atau lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan. Tingkat dapat juga berarti pangkat, taraf, dan kelas. Sedangkan peningkatan berarti kemajuan. Adapun secara umum peningkatan merupakan upaya untuk menambah derajat, tingkat, dan kualitas maupun kuantitas. Peningkatan berarti penambahan keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik. Selain itu juga peningkatan berarti pencapaian dalam proses, ukuran sifat, hubungan dan sebagainya. Kata dari peningkatan juga dapat menggambarkan perubahan dari keadaan atau sifat yang negatif berubah menjadi positif. Sedangkan dari hasil sebuah proses atau dengan tujuan peningkatan. Sedangkan kualitas menggambarkan nilai dari suatu objek karena terjadinya proses yang memiliki tujuan berupa peningkatan.⁴³

Dari penjelasan diatas pengertian peningkatan dapat disimpulkan bahwa peningkatan yaitu memperkuat suatu proses untuk menaikkan pembiayaan disuatu perusahaan. Jadi dengan meningkatnya pembiayaan pada suatu perusahaan maka akan semakin berkembang pula perusahaan tersebut.

D. Pembiayaan Murabahah

1. Pengertian Pembiayaan Murabahah

Pengertian murabahah secara etimologi berasal dari kata *ribhun* (keuntungan) sedangkan secara terminologi, istilah murabahah

⁴³Artikel: *Pengertian Peningkatan Menurut Parah Ahli*, diakses dari <http://www.duniapelajar.com/2014/08/08pengertian-peningkatan-menurut-para-ahli/> pada tanggal 18/02/2021 19:55 WIB

didefinisikan sebagai prinsip jual beli dimana harga jualnya terdiri atas harga pokok barang ditambah nilai keuntungan (*ribhun*) yang telah disepakati.⁴⁴

Seperti yang telah tertuang didalam fatwa DSN MUI No.4/DSN-MUI/IV2000 tentang murabahah, bahwa dalam membantu masyarakat guna untuk melangsungkan dan juga meningkatkan kesejahteraan, maka dari itu bank syariah perlu memiliki fasilitas murabahah bagi yang memerlukannya yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli, dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.⁴⁵

Sedangkan secara sederhana, Adirwaman A. Karim dalam bukunya menjelaskan bahwa murabahah adalah suatu penjualan barang yang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati. Contohnya seseorang membeli barang kemudian menjualnya dengan keuntungan yang telah disepakati. Besarnya keuntungan tersebut dapat dinyatakan dalam nominal atau dalam bentuk prosentase dari harga pembeliannya⁴⁶

Menurut Usmani murabahah adalah penjualan dan pembelian yang meliputi penetapan harga dan ditambah dengan keuntungan yang disepakati oleh pihak penjual dan pembeli, murabahah pada dasarnya adalah penjualan yang berasakan pada kepercayaan., dimana pembeli

⁴⁴ Andrian Sutedi, *Perbankan Syariah Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, (Jakarta:Ghalia Indonesia, 2009), h. 122

⁴⁵ Ahmad Irham Sholihin, *Pedoman Umum Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 2010), h.140

⁴⁶ Adiwarmam A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2007), Jilid 3, h.225

tergantung dan bergantung pada kejujuran penjual dan penjual menyebutkan harga sesungguhnya atas perolehan barang tersebut.

Pembiayaan murabahah yang merupakan akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati. Dalam pembiayaan murabahah penjual harus memberitahu harga produk yang dibeli dan juga menentukan keuntungan sebagai tambahannya. Murabahah dapat dilakukan dengan dua cara yaitu pembelian dengan pemesanan dan tanpa pesanan. Beberapa hasil survei menunjukkan bahwa bank-bank syariah pada umumnya banyak menerapkan murabahah sebagai metode pembiayaan mereka yang utama, meliputi kurang lebih dari tujuh puluh lima persen (75%) dari total kekayaan mereka.

Sejak awal tahun 1984, di Pakistan pembiayaan jenis murabahah mencapai sekitar delapan puluh tujuh persen (87%) dari total pembiayaan dalam investasi deposito PLS.⁴⁷ Dari definisi beberapa pakar diatas dapat penulis simpulkan bahwa murabahah adalah suatu akad jual beli antara pihak penjual (bank) dengan pembeli (nasabah) baik untuk pembelian aset modal kerja maupun investasi dengan diterangkan harga asal dan ditambah dengan keuntungan (margin) dan juga jangka waktu yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

2. Margin dalam murabahah

Pendapat para ahli hukum islam menjelaskan mengenal biaya yang dapat ditambah ke harga dan merupakan dasar untuk menghitung laba.

⁴⁷ Hakim, "Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah Dalam Perspektif Hukum Di Indonesia." *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam.* Vol. 1 no. 2 (2017), h 213

Menurut Hanafi semua biaya yang diterima dari praktek komersial atau jual beli dapat ditambahkan ke harga biaya mengenai biaya perolehan dari komoditas tersebut. Menurut Imam Hanbali dan Imam Shafie semua biaya aktual yang terjadi sehubungan pembelian komoditas dapat ditambahkan asalkan ada kesepakatan dengan nasabah. Menurut Maliki biaya yang dapat ditambahkan ke dalam harga adalah biaya yang dikeluarkan seperti penyimpanan barang atau biaya pengangkutan, akan tetapi biaya tersebut tidak termasuk dalam keuntungan dan keuntungan dapat ditambahkan lagi.

Selain itu penetapan margin pada murabahah menurut otoritas jasa keuangan, sebagai berikut:

- a. Margin jual murabahah yaitu merupakan tingkat keuntungan yang diharapkan (*expected yield*) lembaga keuangan syariah.
- b. Margin (*mark up prince*) ditentukan berdasarkan kesepakatan antara lembaga keuangan syariah dan nasabah.
- c. Margin dinyatakan dalam bentuk nominal atau persentase tertentu dari harga pokok lembaga keuangan syariah.
- d. Perhitungan Margin dapat mengacu pada tingkat imbalan yang berlaku umum pada pasar keuangan dengan mempertimbangkan ekspektasi biaya dana, risk premium dan tingkat keuntungan.
- e. Margin tidak boleh bertambah sepanjang masa pembiayaan setelah kontrak disepakati dan ditandatangani kedua belah pihak.

- f. Lembaga keuangan syariah dapat memberikan potongan margin murabahah sepanjang tidak menjadi kewajiban bank yang tertuang dalam perjanjian.⁴⁸

3. Syarat murabahah

a. Pihak yang berakad:

- 1) Cakap hukum
- 2) Sukarela (ridha), tidak dalam keadaan dipaksa, terpaksa/ di bawah tekanan

b. Objek yang diperjualbelikan

- 1) Tidak termasuk yang diharamkan atau dilarang
- 2) Bermanfaat
- 3) Penyerahannya dari penjual ke pembeli dapat dilakukan
- 4) Merupakan hak milik penuh pihak yang berakad dan
- 5) Sesuai spesifikasinya yang diterima pembeli dan diserahkan penjual.

c. Akad

- 1) Harus jelas dan disebutkan secara spesifik dengan siapa berakad
- 2) Antara ijab kabul (serah terima) harus selaras baik dalam spesifikasi barang maupun harga yang disepakati
- 3) Tidak membatasi waktu, missal: saya jual ini kepada anda untuk jangka waktu 10 bulan setelah itu jadi milik saya kembali.⁴⁹

⁴⁸ Haryoso, “Penerapan Pinsip Pembiayaan Syariah (Murabahah) Pada BMT Bina Usaha di Kabupaten Semarang,” *Law And Justice*, Vol. 2 no. 1 (2017): h. 81

⁴⁹ Nurul Huda, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2010), h. 46

d. Rukun akad murabahah

- 1) Pelaku akad, yaitu *ba'i* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang
- 2) Objek akad, yaitu *mab'I* (barang dagangan) dan *tsaman* (harga)
- 3) *Shighah*, yaitu Ijab dan Qabul⁵⁰

e. Bentuk-bentuk akad murabahah

1) Murabahah sederhana

Murabahah sederhana adalah bentuk akad murabahah ketika penjual memasarkan barangnya kepada pembeli dengan harga sesuai harga perolehan ditambah margin keuntungan yang diinginkan.

2) Murabahah kepada pemesan

Bentuk murabahah ini melibatkan tiga pihak, yaitu pemesan, pembeli dan penjual. Bentuk murabahah ini juga melibatkan pembeli sebagai perantara karena keahliannya atau karena kebutuhan pemesan akan pembiayaan.⁵¹ Bentuk murabahah inilah yang diterapkan perbankan syariah dalam pembiayaan.

⁵⁰ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 82

⁵¹ Ascarya, 89-90

f. Dasar hukum pembiayaan murabahah

a) Al-Quran

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا أَيْقُومُونَ 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.
 (البقرة 275)

Artinya: *Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Keadaan mereka demikian itu, adalah yang 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) ke pada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu penghuni-penghuni Neraka. Mereka kekal didalamnya. (Al-Baqarah. 275)*

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
 تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ، وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ، إِنَّ اللَّهَ
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا. (النساء 29)

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 diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu. (An-Nisa' 29).*⁵²

b) Hadits

⁵² Nurul Huda, *Op, Cit.*, h. 41

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ
 وَسَلَّمَ قَالَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن
 حبان)

Artinya: *Dari abu sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW. Bersabda
 sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.*⁵³

E. Covid-19

Munculnya virus corona-19 telah menarik perhatian global, dan pada 30 Januari covid-19 ini sebagai darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional penambah jumlah kasus covid-19 berlangsung cukup cepat dan sudah terjadi penyebaran antara Negara. Sampai dengan tanggal 25 Maret 2020 dilaporkan total kasus konfirmasi 414.179 dengan 18.440 kematian, dimana kasus ini dilaporkan di 192 negara atau wilayah. Inidonesia adalah Negara berkembang dan terdapat Negara keempat di dunia, dengan demikian diperkirakan akan sangat menderita dan dalam periode waktu yang lebih lama. Covid19 pada 12 Maret 2020 sebagai pandemic jumlah kasus di Indonesia terys meningkat dengan pesat, hingga Juni 2020 sebanyak 31.186 kasus terkonfirmasi dan 1851 kasus meninggal. Kasus tertinggi terjadi di provinsi DKI Jakarta yakni sebanyak 7. 623 kasus terkonfirmasi dan 523 kasus kematian. Wabah covid-19 ini hanya tidak meresahkan masyarakat saja, tetapi pelayanan kesehatan merupakan ujung tombak penanganan covid-19. Kelompok resiko yang paling rentan terkena

⁵³ *Ibid.*, h. 42

covid-19 ini adalah orang yang tinggal di daerah terpencil yang mana sistem kesehatan dan akses ke layanan kesehatan masih terbatas.⁵⁴

Covid-19 merupakan infeksi virus baru yang mengakibatkan terinfeksi 90.308 orang per tanggal 2 maret 2020. Virus ini bermula di Wuhan China pada 31 Desember 2019. Virus yang merupakan virus RNA strain tunggal positif ini menginfeksi saluran pernafasan penegakan diagnosis dimulai dari gejala umum berupa demam, batuk dan sulit pernapasan hingga adanya kontak erat dengan Negara-negara yang sudah terinfeksi. Pengambil swab tenggorokan dan saluran napas menjadi dasar penegakan diagnosis *coronavirus disease*. Penatalaksana lebih lanjut adapun hewan yang menjadi sumber penularan covid-19 ini masih belum diketahui. Berdasarkan bukti ilmiah, covid-19 dapat menular dari manusia ke manusia lain melalui percikan batuk atau bersin, orang yang paling berisiko tertular penyakit ini adalah orang yang kontak erat dengan pasien covid-19.⁵⁵

Pandemi covid-19 ini sangat memiliki banyak dampak baik sosial maupun ekonomi. Dalam hal ini Indonesia telah berupaya untuk mengendalikan dan memutus mata rantai covid-19 dengan membuat dan peraturan yang berlaku. Namun, dalam menghadapi covid-19 bukan hanya peran pemerintah dan peran tenaga kesehatan saja yang dapat diandalkan tetapi juga dapat mendengarkan himbauan dari pemerintah maupun tenaga

⁵⁴ Putri Ririn Nuraini, *Perbandingan Sistem Kesehatan di Negara Berkembang dan Negara Maju*, Jurnal, (Universitas Batang Hari Jambi Fakultas Kesehatan), h.139-146

⁵⁵ Yuliana, *Corona Virus Disease (Covid-19)*, Jurnal (Semarang: Fakulta Psikologi Dan Kesehatan UIN Walisongo, 2020), h187-192

kesehatan serta meningkatkan kesadaran diri untuk mencegah penyebaran virus covid-19.

Kebijakan yang baru-baru ini yang dilakukan pemerintah yaitu PSBB (Pembatas Sosial Berkala Besar). PSBB tertuang dalam peraturan pemerintah No 21 Tahun 2020 tentang PSBB, diantaranya aktivitas sekolah dan tempat kerja, kegiatan keagamaan, kegiatan fasilitas umum, kegiatan sosial dan budaya, serta operasional transportasi umum. Namun pada kenyataannya masyarakat banyak yang tidak mematuhi peraturan yang ada. Maka dari itu meskipun pemerintah telah banyak berupaya untuk memutuskan mata rantai covid-19 tetapi harus didukung dan memerlukan kesadaran yang lebih dari masyarakat untuk bersama-sama memutuskan mata rantai covid-19.⁵⁶

Media sosial juga dapat digunakan sebagai alat penelitian dan *trancing*, dalam kesehatan masyarakat terkait covid-19. Misalnya para peneliti telah menggunakan media sosial untuk melacak dan memperkirakan penyebaran wabah covid-19, dengan begitu banyak informasi yang tersedia secara publik tentang berbagai penyakit dan masalah kesehatan masyarakat lainnya, ada potensi besar menggunakan media sosial sebagai sumber penambangan data untuk mengembangkan penanganan pandemi.⁵⁷ Lebih lanjut lembaga kesehatan dan profesional dapat bertindak berdasarkan

⁵⁶ Nur Indah Fitriani, *Perbandingan Sistem Kesehatan di Negara Berkembang dan Negara Maju*, Jurnal, (Lampung: Program Studi Pendidikan Dokter Fakultas Kedokteran Universitas Lampung, 2020), h.194-196

⁵⁷ Muhammad Ariffudin, *Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat Dan Pandemi Covid-19*, Jurnal, (Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya, 2020), h. 10

informasi yang beredar di media sosial, misalnya jika mengetahui wabah penyakit yang akan datang, mereka dapat merencanakan ketersediaan dan penyediaan layanan.

BAB III

GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Singkat Baitut Tamwil Muhammadiyah

Koperasi jasa keuangan syariah Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut disingkat dengan (KJKS) BTM Taqwa Singkut. Mulai dari Agustus, dan September mereka berkumpul untuk bagaimana cara mendirikan BTM tersebut. Mulai melakukan kegiatan operasional pada tanggal 20 Agustus 2010 berkedudukan di Jl. K. H Ahmad Dahlan Muhammadiyah Singkut, Desa Bukit Tigo, Kecamatan Singkut, Kabupaten Sarolangun, Provinsi Jambi. KJKS BTM Taqwa merupakan usaha bisnis yang bersifat mandiri, ditumbuhkembangkan dengan swadaya dan dikelola secara profesional, serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungannya.

Melihat perkembangan dan geliat perekonomian berbasis syari'ah di Kecamatan Singkut khususnya dan Kabupaten Sarolangun pada umumnya, maka perlu rasanya hadir sebuah koperasi yang dinaungi oleh Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Sarolangun yang dengan harapan menjadi cikal bakal dan embrio penggerak ekonomi masyarakat dan kaum muslimin yang sesuai dengan konsep bermuamalah yang syar'i dan menjahui perbuatan yang mengarah pada ribawi.⁵⁸

⁵⁸ Dokumentasi, *Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut*

B. Keadaan Umum Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut

Kantor BTM Taqwa Singkut beralamat di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 017 Desa Bukit Tigo, Kecamatan Singkut, Kabupaten Sarolangun, Provinsi Jambi. Jumlah nasabah dari awal beroperasinya BTM tahun 2011 berjumlah 55 orang nasabah dan semakin berkembangnya BTM Taqwa Singkut sehingga jumlah nasabah tahun 2022 kurang lebih sebanyak 400 orang nasabah. Pada tahun 2010 hingga tahun 2022 BTM Taqwa Singkut dikelola oleh tenaga profesional yang memahami dan mengerti mengenai prinsip-prinsip syariah.

Kepercayaan masyarakat terhadap keberadaan Baitut Tamwil Muhammadiyah di Kabupaten Sarolangun kini semakin tinggi. Keberadaannya sebagai salah satu lembaga keuangan alternative dan partner bagi pengusaha kecil dan masyarakat golongan ekonomi lemah semakin mendapat tempat di tengah-tengah masyarakat bahkan menjadi tujuan utama di daerah Singkut karena sistem bagi hasil syari'ah yang ditawarkan terbukti cukup menguntungkan dan aman.

Fungsi intermediasi yang dijalankan BTM di Kabupaten Sarolangun, berupa kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat, telah berjalan relative optimal. Hal itu antara lain dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah dana masyarakat yang berhasil dihimpun dan volume pembiayaan yang disalurkan kepada masyarakat selalu mengalami peningkatan di BTM Taqwa Singkut.

Dana awal BTM Taqwa Singkut yang diambil dari dana keanggotaan koperasi sebanyak 1, 663, 322, 086 dan dana yang ada pada saat ini bulan Desember 2021 kurang lebih sebanyak 16,467,088,372. Adapun hari kerja dilaksanakan pada hari Senin-Jum'at dan jam kerja dibuka pada pukul 08:00-16:00.

C. Visi, Misi dan Tujuan Baitut Tamwil Muhammadiyah

1. Visi

- a) Menjadikan KJKS BTM TAQWA singkut sebagai lembaga keuangan mikro syari'ah yang terpercaya, cerdas dan bersahabat dalam menumbuh kembangkan produktivitas usaha anggota.
- b) Menjadi Koperasi Syari'ah yang mampu berperan sebagai pusat muhammadiyah

2. Misi

- a) Mewujudkan dakwah bil hal dibidang ekonomi yang bebas riba.Membangun perekonomian para anggota, warga Muhammadiyah khususnya dan masyarakat Indonesia umumnya sesuai ajaran islam.
- b) Menciptakan amal usaha yang dapat mendukung misi Muhammadiyah.
- c) Menjadi Koperasi Syari'ah yang kuat, sehat dan mandiri dengan mengedepankan kekuatan serta potensi yang dimiliki secara optimal.

- d) Menumbuh kembangkan budaya kerja yang berprinsip jujur, amanah, adil, professional, kreatif, inovatif dan sanggup menghadapi tantangan yang ada.
 - e) Menjadi Koperasi Syari'ah yang diandalkan masyarakat muslim ditingkat regional maupun nasional.
 - f) Mengelola koperasi secara professional dengan menerapkan prinsip *'Good Corporate Governance'*.
3. Tujuan BTM
- a) Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat utama yang maju, adil dan makmur.
 - b) Dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, Koperasi menyusun rencana strategis.⁵⁹

D. Badan Hukum Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut

Koperasi Jasa Keuangan Syariah BTM Taqwa Singkut mulai melakukan kegiatan operasional pada tanggal 20 Agustus 2010 berkedudukan di Jl. K.H Ahmad Dahlan No. 17 Kauman Muhammadiyah, Desa Bukit Tigo, Kecamatan Singkut, Kabupaten Sarolangun, Provinsi Jambi dengan Badan Hukum No: 38/ BH/ VI.1/XII/ 2010 tanggal 2 Desember 2010 yang diperoleh dari Dinas Perindustrian Perdagangan dan

⁵⁹ *Ibid.* h . 5

Koperasi UMKM Republik Indonesia Kabupaten Sarolangun dengan Klasifikasi Koperasi Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Sehingga secara kelembagaan sekarang bernama KOPERASI JASA KEUANGAN SYARI'AH BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH TAQWA SINGKUT, dengan berbadan hukum Koperasi, eksistensi dan prospek BTM, insya Allah nampaknya akan tetap baik, memiliki kepastian hukum, serta dapat membangun jaringan dalam skala yang relative luas.⁶⁰

Manajemen pembiayaan BTM Taqwa Singkut, termasuk juga didalamnya manajemen resiko. Akad-akad yang diperbolehkan secara syariah dalam pembiayaan selalu dikaji ulang setahun sekali demikian juga dengan standar operasional prosedur untuk masing-masing job diskripsi karyawan, demi menjaga kedisiplinan karyawan dan kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan BMT.

Pengikatan yang dilakukan terhadap akad pembiayaan, dalam proses akan dilakukan dengan melibatkan lembaga legal formal, namun dengan pendekatan persuasive dan kekeluargaan yang selama ini dilakukan oleh pihak manajemen, dengan proses revitalisasi pembiayaan dan pemberian surat peringatan 1s/d 3 yang dilanjutkan dengan surat penyitaan jaminan terhadap nasabah pembiayaan yang kurang disiplin, terbukti sanggup menghasilkan kolektibilitas pembiayaan yang baik. Untuk memacu tingkat pertumbuhan masyarakat di wilayah kerja BTM sangat diperlukan sekali dukungan funding dari luar, mengingat jumlah permohonan

⁶⁰ <http://btm-taqwa.blogspot.com/p/profil.html>, Akses Pada Tanggal 9 Maret 2022

pengajuan pembiayaan setiap bulannya mencapai 200-500 juta, tetapi karena kemampuan masyarakat untuk menyimpan dananya di BTM kurang maksimal, padahal beberapa bank mengalami over likuiditas, terkadang BTM harus memangkas beberapa pencairan pembiayaan menjadi 200 juta setiap bulannya, demi mempertahankan satu kalimat yang menjadi fardhua'in BTM Taqwa Singkut.

Pendirian KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah) BTM Taqwa Singkut dari sebuah gagasan, ide dan inisiatif Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Sarolangun. Ada dua hal yang melatarbelakangi pendirian BTM Taqwa Singkut yaitu factor internal yang timbul dari pimpinan Muhammadiyah yang dimotori oleh majelis Ekonomi dan eksternal yang berasal dari luar organisasi yaitu masyarakat luar. Faktor internal disini adalah faktor yang timbul dari dalam organisasi Muhammadiyah itu sendiri.

Sebagai organisasi Muhammadiyah, Muhammadiyah banyak melakukan kegiatan, baik kegiatan yang sifatnya pendidikan, pengkaderan, kemasyarakatan dan sosial, maupun ekonomi. Bagian terakhir berkaitan dengan ekonomi tentunya kegiatan tersebut membutuhkan banyak pemikiran, dana, peluang, tantangan serta hambatan khususnya pelayanan secara syari'ah. Hal inilah yang melatarbelakangi untuk mewujudkan lembaga keuangan syari'ah, maka didirikanlah BTM Taqwa Singkut. Disamping itu, di Kabupaten Sarolangun pada saat itu belum ada lembaga

keuangan syari'ah yang sejenis BTM yang didirikan oleh Muhammadiyah dalam provinsi jambi.

Dengan segala puji serta syukur dan berkat kerja keras seluruh komponen Pengurus, Badan Pengawas, Dewan Pengawas Syari'ah, Pengelola BTM Manajer serta Karyawan semuanya telah dapat menyelesaikan amanat rapat anggota tahunan 2019 tahun berupa penyusunan AD/ART BTM Taqwa dari KJKS menjadi KSPPS yang sebelumnya pengesahan Badan Hukumnya oleh Kepala Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Usaha Kecil Menengah dengan area Wilayah kerja dalam Kabupaten Sarolangun, maka sejak pertanggal 1 Agustus 2019 Badan Hukum BTM Taqwa telah berubah menjadi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari'ah (KSPPS BTM Taqwa Singkut) dengan pengesahannya oleh MENKUMHAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM Jakarta dengan area wilayah kerja seluruh Indonesia, dan bahkan bisa buka cabang di luar negeri.

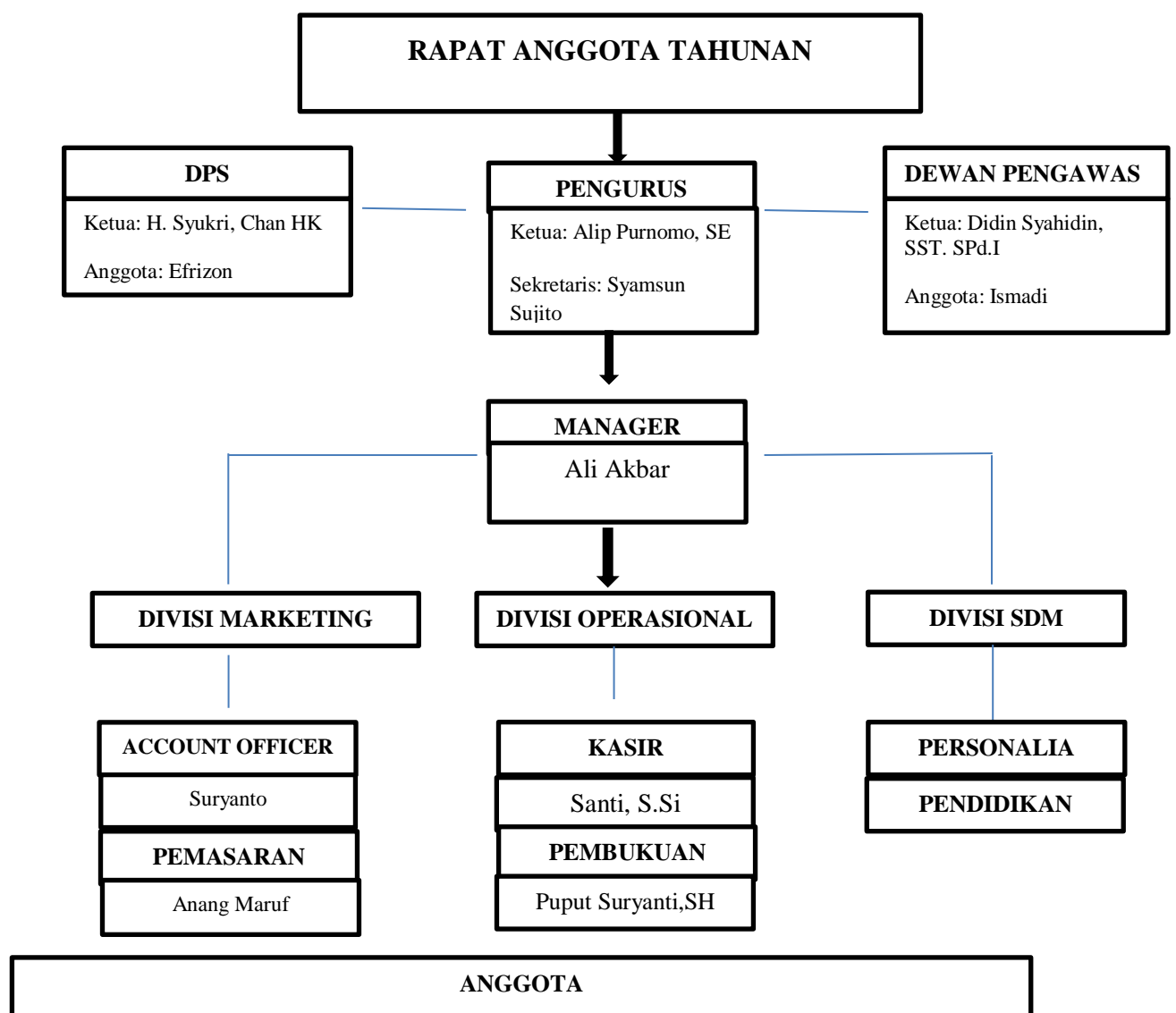
E. Manajemen dan Struktur Organisasi Baitut Tamwil Muhammadiyah

Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut memiliki 12 orang karyawan yang terdiri dari laki-laki 10 orang, dan perempuan 2 orang. Salah satu faktor kunci kesuksesan Baitut Tamwil Muhammadiyah Sarolangun adalah manajemen sumber daya manusia dan menyusun struktur organisasi seefisien mungkin, sehingga dari masing-masing komponen yang ada dapat bekerja sesuai dengan tugas dan wewenang yang dimilikinya.

Untuk mempermudah kegiatan operasional perusahaan, dilakukan pendelegasian tugas dan tanggung jawab berdasarkan tiap bagian yang terdapat dalam perusahaan. Hal ini untuk mempermudah dalam garis koordinasi dan garis tanggung jawab. Maka disusunlah struktur organisasi yang menggambarkan pembagian tugas.

Gambar 3. 1

**STRUKTUR ORGANISASI
KSPPS BTM TAQWA SINGKUT TAHUN 2022**



1. Tugas dan Fungsi Dewan Pengawas

Dewan pengawas adalah dewan yang beranggotakan tiga orang masing-masing satu orang sebagai pengawas syari'ah, satu orang pengawas keuangan dan satu orang pengawas manajemen. Mereka diangkat dan dipilih dalam Rapat Anggota Tahunan (RAT) yang berfungsi antara lain memberikan pertimbangan, pengarahan, pengawasan, serta mengesahkan produk yang ditawarkan BTM agar tetap sesuai dengan aturan dan prinsip syari'ah yang berlaku.

2. Dewan Pengurus

Dewan Pengawas BTM Taqwa Singkut pada hakikatnya adalah wakil dari anggota dalam melaksanakan hasil keputusan musyawarah tahunan. Oleh karenanya, pengurus harus dapat menjaga amanah ini nantinya akan dipertanggung jawabkan kepada anggota pada tahun berikutnya. Masa kerja pengurus sangat tergantung pada kepentingan organisasi.

a. Ketua

- 1) Memimpin rapat anggota dan rapat pengurus
- 2) Memimpin rapat mingguan maupun bulanan pengurus dengan manajemen, menilai kinerja bulanan dan kesehatan BTM Taqwa Singkut.
- 3) Ikut menandatangani surat-surat berharga serta surat lain yang bertalian dengan penyelenggaraan keuangan BTM Taqwa Singkut.

b. Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah memiliki tugas utama dalam pengawasan BTM Taqwa Singkut terutama yang berkaitan dengan sistem syariah yang dijalankannya. Landasan kerja dewan ini berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN). Fungsi utama tersebut meliputi.

- 1) Sebagai penasehat dan pemberi saran dan atau fatwa kepada pengurus dan pengelola mengenai hal-hal yang terkait dengan syariah seperti penetapan produk.
- 2) Sebagai mediator antara BTM Taqwa Singkut dengan Dewan Syariah Nasional atau Dewan Pengawas Syariah Provinsi.
- 3) Mewakili anggota dalam pengawasan syariah.

3. Manajer

- a. Ia merupakan struktur pengelola yang tertinggi oleh karenanya ia yang paling bertanggung jawab terhadap operasional BTM Taqwa Singkut.
- b. Manajer berfungsi merumuskan strategi dan taktik operasional dalam rangka melaksanakan keputusan pengurus atau keputusan pengurus atau keputusan musyawarah tahunan.
- c. Ia juga melakukan fungsi kontrol atau pengawasan terhadap kinerja karyawan.
- d. Manajer melaporkan kinerjanya kepada pengurus dalam periode waktu tertentu minimal enam bulan sekali.

4. Pembukuan

- a. Staf khusus pembukuan sedapat diangkat dari mereka yang memahami masalah akuntansi keuangan syariah.
- b. Bagian ini berfungsi membuat laporan keuangan yang minimal meliputi: laporan neraca, laba rugi, dan perubahan modal dan arus kas.
- c. Ia dapat memberikan masukan kepada manajer terutama yang berkaitan dengan penafsiran atas laporan keuangan.
- d. Bagian ini juga berfungsi memberikan laporan perkembangan arus kas pembiayaan dan penghimpunan dana pada setiap priode seperti harian, mingguan, atau bulanan.
- e. Bagi organisasi yang sudah berkembang, dapat membentuk unit administrasi tersendiri yang meliputi bagian administrasi pembiayaan dan bagian administrasi tabungan.
- f. Bagian administrasi pembiayaan akan berfungsi menyediakan berbagai kelengkapan untuk realisasi pembiayaan, dokumentasi, serta informasi berbagai hal tentang kondisi pembiayaan tersebut. Ia juga berfungsi mencatat agsuran supaya sesuai antara kartu angsuran yang dibawah nasabah dengan catatan BTM Taqwa Singkut.
- g. Bagian administrasi tabungan akan berperan dalam penyiapan buku tabungan bagi anggota baru, pencatatan saldo pada kartu *monitoring* pemindah bukuan bagi hasil, serta catatan atas perilaku

anggota penabung termasuk jadwal pengambilan tabungan dan informasi deposito jatuh tempo dan pengambilan tabungan besar.

5. *Marketing/ Pemasaran*

- a. Bagian ini menjadi ujung tombak BTM Taqwa Singkut dalam merebut pasar.
- b. Ia berfungsi dalam merencanakan sistem dan strategi pemasaran meliputi yaitu segmentasi pasar, taktik operasional, sampai pada pendampingan nasabah.
- c. Bagian ini juga berfungsi untuk melakukan analisis usaha nasabah/calon peminjam.
- d. Menarik kembali pinjaman yang sudah digulirkan.
- e. Menjemput simpanan dan tabungan anggota.
- f. Dalam keadaan tertentu (pada tahap awal dan modal masih terbatas) fungsi marketing dapat dirangkap oleh manajer/direktur.

6. Kasir

- a. Bagian ini merupakan yang berkaitan langsung dengan bagian keuangan.
- b. Pada setiap hari, kasir harus melakukan pembukuan dan penutupan kas.
- c. Bagian ini bertugas membuat, merencanakan kebutuhan kas harian, mencatat semua transaksi kas serta menerapkannya dalam catatan uang keluar dan masuk.
- d. Staf khusus pada kasir harus terpisah dengan bagian pembukuan

- e. Pada tahap awal staf kasir dapat berfungsi ganda yaitu sebagai fungsi pelayanan nasabah atau anggota namun pada perkembangannya dapat dibentuk staf khusus yang akan menangani masalah jasa pelayanan anggota. Bagian ini merupakan bagian terdepan dari pelayanan BTM Taqwa Singkut ia akan memberikan penjelasan secukupnya terhadap berbagai hal tentang BTM Taqwa Singkut kepada calon nasabah.

7. Keanggotaan

Jumlah anggota koperasi sampai tahun buku 2021 sebanyak 125 orang dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1.3
Anggota Koperasi BTM Singkut
2021

Anggota Akhir Tahun 2020	Anggota Masuk Tahun 2021	Anggota Keluar Tahun 2021	Anggota Sampai Akhir Tahun 2021
126 Orang	0 Orang	1 Orang	125 Orang

Adapun kegiatan dan agenda kerja pengurus yang telah berjalan selama tahun 2021 antara lain:

- a. Pertemuan rutin dan konsolidasi tiap pekan (hari jum'at) atau hari lainnya menyesuaikan dengan materi rapat dengan jajaran pengurus, pengelola dan pengawas, serta Dewan Pengawas Syari'ah, berkaitan dengan kebijakan atas pembiayaan yang masuk untuk dirapatkan, dianalisis dan dipertimbangkan, yang selanjutnya diputuskan untuk dikabulkan atau diberi catatan dan atau ditolak.

- b. Membuat kebijakan BTM Taqwa Singkut, (menyusun aturan khusus) yang relevan dan penting dalam kebijakan baik organisasi maupun operasional BTM.
- c. Memfasilitasi pendirian BTM di Kabupaten, Kota dalam Provinsi Jambi.
- d. Memprospek calon nasabah untuk bersedia menjadi pembeli saham/syarik, penabung baik deposition maupun tabungan wadi'ah maupun musyarakah.
- e. Mencari peluang program yang tepat untuk mengentaskan masyarakat dari ribawi, dengan mengedukasi agar terhindar dari pelaku-pelaku ribawi baik bank konvensional maupun koperasi dan rentenir.⁶¹

F. Produk-Produk Baitut Tamwil Muhammadiyah

1. Produk Pembiayaan
 - a. Al- Murabahah

Murabahah lebih dikenal sebagai murabahah berasal dari kata ribhu keuntungan. Ba'i al murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli

⁶¹ *Op. Cit.*

dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad.

Dalam perbankan, murabahah lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (bitsaman ajiil). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh/cicil. Bai' al-murabahah dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha (modal kerja dan investasi seperti pengadaan barang modal: mesin, peralatan dan lain-lain) dan kebutuhan perorangan.

b. Hiwalah

Hiwalah merupakan pengalihan hutang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam hal ini terjadi perpindahan tanggungan atau hak dari satu orang kepada orang lain. Dalam istilah ulama, hiwalah adalah pemindahan beban hutang dari muhil (orang yang berhutang) menjadi tanggungan muhal, alaih (orang yang berkewajiban membayar hutang).

c. Ijarah

Transaksi ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaan terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, pada ijarah objek transaksinya adalah jasa.

Ayat-ayat yang dapat dijadikan dasar hukum beroperasional kegiatan ijarah, pada Q. S Al- Qasas 26.

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ، إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ

الْأَمِينُ

Artinya: *Dan salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, "wahai ayahku! Jadikanlah dia sebagai pekerja (pada kita), sesungguhnya orang yang paling baik yang engkau ambil sebagai pekerja (pada kita) ialah orang yang kuat dan dapat dipercaya.*

d. Musyarakah

Pembiayaan musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk satu usaha tertentu yang mana masing-masing pihak memberi kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan di tanggung bersama.

Yakni kerja sama antara dua pihak atau lebih yaitu BTM dengan anggota untuk suatu usaha tertentu yang mana modalnya berasal dari kedua belah pihak dan keduanya sepakat dalam keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Allah berfirman dalam Q.S Sad 24:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعْمَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ، وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ

الْخَطَاةِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا

الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ، وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ

رَاكِعًا وَأَنَابَ.

Artinya: Dia (Daud) berkata, “sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak diantara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebaikan, dan hanya sedikitlah mereka yang begitu”. Dan Daud menduga bahwa kami mengujinya, maka dia memohon ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.

- e. Yaitu akad kebutuhan modal dengan pihak pengelola usaha (mudharib). Untuk melakukan kegiatan usaha bersama keuntungan yang diperoleh dibagi menurut perbandingan (nisbah) yang disepakati. Dalam hal terjadi kerugian, akan di tanggung oleh pihak modal, selama bukan di akibatkan karena kelalaian pengelola usaha. Sedangkan kerugian yang timbul karena kelalaian pengelola usaha akan menjadi tanggung.

2. Produk Simpanan

Simpanan wadiah umat adalah simpanan/titipan dana masyarakat atau ummat yang disediakan oleh pihak BTM untuk memberikan kemudahan bagi para anggota BTM dalam hal penyimpanan hasil usaha, dan sebuah simpanan yang dapat disetor dan ditarik sewaktu-waktu tanpa ada ketentuan nominan uang yang di setorkan dan tanpa ada keuntungan yang diambil oleh pihak BTM.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Strategi apa saja yang digunakan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam Peningkatan Pembiayaan *Murabahah* dimasa Pandemi Covid-19

Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam melakukan strategi peningkatan pembiayaan *murabahah* menggunakan strategi pemasaran karena strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk mendukung kesuksesan usaha yang dijalankan. Tidak terkecuali bagi lembaga keuangan mikro seperti Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut. Pengelola Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut membutuhkan strategi-strategi yang tepat agar mampu meningkatkan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19. Terdapat beberapa strategi pemasaran yang diterapkan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam rangka peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Alip Purnomo selaku ketua Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut beliau mengatakan:

“Adapun strategi pemasaran dalam peningkatkan pembiayaan murabahah yang dilakukan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut adalah: 1) meningkatkan kegiatan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat dilakukan dengan cara door to door, adapun cara mempromosikan melalui periklanan brosur maupun melalui sosial media seperti facebook, whatshapp, 2) meningkatkan kualitas sumber daya insani dalam proses pelayanan kepada anggota layanan berupa penampilan merupakan keseluruhan dari cara berpakaian, gerak-gerik,berbicara dan sikap juga perilaku dalam penampilan karena

penampilan merupakan wadah yang dapat dilihat langsung oleh nasabah, karena dengan penampilan citra diri yang terpanca dari seseorang yang dapat dilihat selama waktu kerja mereka dapat menjaga kesopanannya, serta tutur kata yang baik dan bijak, 3) Baitut Tamwil Mhuammadiyah Taqwa Singkut memberikan reward atau apresiasi kepada nasabah khususnya untuk produk pembiayaan murabahah yang membayar angsuran secara lancar. Perumusan strategi pemasaran yang dilakukan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut bertujuan untuk peningkatan pembiayaan murabahah dimasa pandemi covid-19.⁶² Selain itu dengan dilakukannya strategi pemasaran tersebut secara teratur dan baik dapat dipastikan penjualan produk Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut, dengan adana pemasaran ini berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan perusahaan sehingga akan berdampak pada peningkatan pembiayaan murabahah dimasa pandemi covid-19”.

Menurut peneliti dari hasil wawancara, Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam menerapkan pemasaran yang baik, yakni dengan strategi pemasaran berdasarkan kebutuhan perusahaan dan masyarakat dalam rangka peningkatan pembiayaan *murabahah*. Sehingga keberadaan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut diperhitungkan oleh masyarakat.

Demikian juga dengan pendapat lain dari hasil wawancara dengan Bapak Suryanto selaku ketua *marketing* Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut beliau mengatakan:

“Strategi yang dilakukan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan murabahah dimasa pandemi covid-19 yaitu: Upaya bagaimana nasabah atau anggota BTM tetap melakukan pembayaran dengan sempurna, yang berarti jika nasabah merasakan kemampuan bayarnya menurun maka yang dilakukan pihak Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut yaitu perpanjangan masa kredit atau diperkecil angsuran atau bisa dinamakan restrukturisasi dan setiap nasabah diberikan kelonggaran atau perpanjangan selama jangka waktu 3 Bulan dan juga bisa lebih, tergantung pada masa pandemi berakhir. Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut

⁶² Alip Purnomo, Ketua Pengurus Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut, *Wawancara Pribadi*, tanggal 18 Mei 2022, Jam 14:05

*melakukan analisa untuk calon anggota pembiayaan yang baru, jika hasil usahanya terdampak covid-19 maka belum bisa dilayani oleh pihak BTM karena dampak tersebut sangat berpengaruh dalam peningkatan pembiayaan murabahah, namun BTM tetap melayani calon anggota yang memiliki pekerjaan tetap seperti PNS, BTM juga mendapat solusi dari dinas Koperasi untuk mendata anggota yang terdampak covid-19 sebanyak 25 anggota dan diajukan ke Dinas Koperasi untuk mendapatkan bantuan dari Dinas Koperasi untuk usaha mikro dan mengembangkan usahanya sehingga anggota yang terdampak covid-19 tersebut dapat membayar angsurannya, dan pada masa pandemi covid-19 tidak ada kredit-kredit macet karena BTM memilih anggota yang berkarakter dan jiwa yang bagus”.*⁶³

Menanggapi hal itu, penggunaan strategi oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam masa pandemi covid-19 sangat diperlukan dalam lembaga keuangannya, karena seperti yang diketahui bahwa Baitut Tamwil Muhammadiyah taqwa Singkut merupakan lembaga yang sudah cukup lama didirikan pada tahun 2010 tentu saja selaku lembaga keuangan mempunyai strategi yang baik untuk mempertahankan lembaganya. Agar tetap bertahan dan tetap dikenal masyarakat serta bisa tetap melayani calon nasabah dan nasabah dengan baik.

2. Bagaimana strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam Peningkatan Pembiayaan *Murabahah* dimasa Pandemi Covid-19

Saat ini perkembangan BTM Taqwa Singkut cukup pesat BTM Taqwa Singkut ini sudah lama berdiri akan tetapi prosesnya akan terus maju dan mengembangkan semua pembiayaan termasuk pembiayaan *murabahah* dan juga pemasarannya karena strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting untuk mencapai suatu tujuan, karena strategi

⁶³ Suryanto, Ketua *marketing* Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut, *Wawancara Via Whatsapp*, tanggal 19 Mei 2022 Pukul 08:58

pemasaran memberikan arah untuk melakukan tindakan serta cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Strategi pemasaran sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan dalam usahanya agar mencapai target yang diinginkan. Setiap lembaga keuangan baik itu lembaga keuangan bank maupun non bank harus mengembangkan usahanya dengan strategi pemasaran yang efektif sehingga dikenal oleh masyarakat luas.⁶⁴

Pada bulan Maret 2019 wabah virus covid-19 telah masuk ke Indonesia yang mengakibatkan terjadi masalah krisis ekonomi yang dampaknya dapat dirasakan oleh semua kalangan termasuk BTM. Banyak tantangan yang dihadapi oleh BTM pada masa pandemi ini, salah satunya masyarakat mengalami dampak penurunan perekonomian, sehingga diperlukan pelaksanaan strategi pemasaran terhadap BTM dalam meningkatkan pembiayaan *murabahah*. Pelaksanaan suatu usaha atau bisnis yang paling penting adalah menentukan dan menyusun strategi pemasaran yang tepat, strategi pemasaran merupakan penentuan utama keberlangsungan suatu hidup perusahaan⁶⁵.

Aktivitas pemasaran diperlukan baik oleh perusahaan yang baru diluncurkan maupun perusahaan yang telah berjalan kegiatan pemasaran ini tidak hanya mencakup kegiatan menjual dan mempromosikan produk saja, tetapi juga terdapat unsur-unsur lain yang harus diperhatikan ketika merumuskan strategi pemasaran. Begitupun juga dengan BTM Taqwa

⁶⁴ Buchori Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*, (Bandung: Alfabeta 2013), h. 125

⁶⁵ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jawa Timur: Bayu Media Publishing, 2005), h.289

Singkat dalam memasarkan produk jasanya BTM Taqwa Singkut memerlukan strategi pemasaran yang baik. Dalam memasarkan produk kepada anggotanya, BTM Taqwa Singkut melakukan berbagai strategi pemasaran dengan memberikan penjelasan yang tepat jenis produk yang diinginkan konsumen, dan penetapan harga produk tersebut yang sesuai dengan kondisi konsumennya, bagaimana menyalurkan produk tersebut kepada masyarakat, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut dengan konsumennya.

Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut yang menjadi objek penelitian merupakan lembaga keuangan dalam skala mikro yang menyediakan jasa-jasa keuangan dalam bentuk tabungan maupun pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. BTM Taqwa Singkut juga menerapkan strategi pemasaran dalam memasarkan produk-produk yang dimiliki. Strategi *marketing* yang dilakukan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19 secara umum menggunakan konsep bauran pemasaran 7P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik).

a. Strategi *Product* (Produk)

Produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang

dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan, yang meliputi benda atau fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.⁶⁶

Ada dua produk yang dimiliki Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut, yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan yang didasarkan pada prinsip syariah. Dari hasil wawancara dengan bapak Anang Maruf beliau mengatakan.

“Produk yang dimiliki Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut secara umum dibagi menjadi dua, yaitu produk tabungan dan produk pembiayaan. Produk pembiayaan murabahah, yaitu pembiayaan yang modal dan keuntungan ditetapkan diawal dan telah disepakati oleh kedua belah pihak. Keunggulan dari produk pembiayaan murabahah adalah margin keuntungan yang diperoleh dan bisa dinegosiasi antara pihak BTM dengan nasabah, yang berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan, adapun produk pembiayaan murabahah yang paling banyak diminati oleh nasabah yaitu: kendaraan motor dan hand phone.”⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas, peneliti dapat menyimpulkan dengan keunggulan, Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut berusaha memberikan produk *murabahah* terbaik dan pelayanan yang dibutuhkan oleh anggota maupun calon anggota. Penerapan strategi produk pada pembiayaan *murabahah* dengan menampilkan keunggulan dari pembiayaan *murabahah* yang ditawarkan memiliki beragam jenis barang, kualitas barang jaminan, merek dan sesuai dengan yang diharapkan. Sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar sasaran.

⁶⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006), h. 432

⁶⁷ Anang Maruf, Marketing Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut, *Wawancara Pribadi*, tanggal 20 April 2022, Jam 8:30 Wib.

b. Strategi *Price* (Harga)

Penetapan harga adalah proses menentukan berapa yang akan diterima perusahaan dalam menjual produknya dan setiap Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut perlu memikirkan tentang penetapan harga untuk biaya pada produknya secara tepat, karena biaya yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para nasabah untuk menggunakan produk tersebut. Dalam hal ini tidak berarti pula bahwa pihak Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut harus menetapkan harga serendah mungkin. Maka dari itu, penentuan harga maupun biaya harus dipikirkan sematang-matangnya.⁶⁸ Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Anang Maruf selaku *marketing* Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut yaitu:

*“Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut sebagai lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syariah tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi BTM menerapkan sistem bagi hasil pada produk, mudharabah. Sedangkan pembiayaan murabahah tidak menggunakan sistem bagi hasil. Biasanya pada lembaga keuangan syariah lain seperti bank syariah untuk pembiayaan murabahah mereka menetakan margin diperoleh berdasarkan presentase, akan tetapi di BTM margin keuntungan yang diperoleh berdasarkan fleksibel, dan bisa dinegosiasikan sebelum berakad antara pihak BTM dengan anggota yang mengajukan pembiayaan murabahah. Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut memberikan harga yang sangat terjangkau kepada anggotanya agar lebih mempermudah anggota dalam memenuhi kebutuhannya”.*⁶⁹

⁶⁸ Nur Fantoni, ”Penguatan Akad Pembiayaan Mudharabah Untuk Merealisasikan Misi Keadilan Berbasis Pada Baitul Maal Wat Tanwil Tamzis Wonosobo”, *Jurnal Ekonomik*, Vol. 1 No. 2 September (2012), h. 17

⁶⁹ Anang Maruf, *Op. Cit.*, tanggal 20 Apri, Jam 8:45 Wib.

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa, yang membedakan strategi harga dari lembaga keuangan yang lain yaitu, dilembaga lain *margin* menggunakan persentase sedangkan di BTM Taqwa Singkut menggunakan *margin* yang fleksibel, yang dimaksud dengan *margin* fleksibel yaitu penetapan harga yang sama antara anggota atau nasabah namun yang membedakannya yaitu dengan angsuran yang berbeda dari *margin* fleksibel berdasarkan negosiasi antara kedua belah pihak tertentu. adanya strategi harga tersebut mampu memperluas pasar karena harga yang fleksibel, harga yang bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat dari kalangan menengah ke bawah sampai menengah keatas, dengan *margin* fleksibel diharapkan mampu meningkatkan volume penjualan. *Margin* yang fleksibel juga adalah yang mampu bersaing dengan lembaga pembiayaan lainnya. Dalam hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan pertumbuhan di setiap tahun semenjak berdirinya Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut.

c. Strategi *Place* (Tempat)

Lokasi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut sangat strategis, yaitu di Jl. Kh. Ahmad Dahlan No. 017 Desa Bukit Tigo,

Kecamatan Singkut, Kabupaten Sarolangun, Provinsi Jambi. Dengan letak yang cukup strategis yang mudah untuk dijangkau oleh masyarakat dengan beberapa alasan yang tertentu yaitu lokasinya yang berada didekat pasar, dan lingkungan yang baik, sarana yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum, dengan adanya keunggulan dari tempat tersebut masyarakat mudah mengetahui keberadaan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut. Sehingga tidak menutup kemungkinan masyarakat akan lebih mudah tertarik dan juga bergabung menjadi anggota Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Anang Maruf selaku *marketing* Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut beliau mengatakan yaitu:

"Dalam hal Strategi Tempat, kami melakukan pendirian Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut disekitar pemukiman penduduk. Dalam hal ini dilakukan karena yang menjadi target utama dari Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut adalah masyarakat. Pendirian lokasi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut disekitar pemukiman penduduk yang mana penduduk disana rata-rata mayoritas muhammadiyah, dan juga tempatnya sangat dekat pasar sehingga bisa mempermudah akses masyarakat terhadap Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut".⁷⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi lokasi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut

⁷⁰ *Ibid.*,

memiliki letak lokasi yang strategis baik itu sangat dekat dengan pasar, dan juga rata-rata penduduk disana mayoritas muhammadiyah.

d. Strategi *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan bagian dari *marketing mix*, merupakan kegiatan yang sama penting dengan kegiatan atas, baik produk, harga dan distribusi. Maka karna itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.⁷¹

Hasil wawancara dengan bapak Anang Maruf selaku *marketing* beliau mengatakan:

*“Dalam strategi promosi Baitut Tamwil Mhuhammadiyah Taqwa Singkut dalam memasarkan produk-produknya yang meliputi: iklan berupa spanduk, brosur, dan disosial media seperti memosting difacebook dan sosial media lainnya, publitas yaitu berupa melakukan kegiatan sosial seperti lewat pengajian namun dimasa pandemi promosi publitas ini jarang dilakukan karena adanya pandemi covid-19, apabila pandemi ini berakhir maka promosi publitas akan dilaksanakan kembali, dan penjualan pribadi yaitu berupa promosi dari mulut kemulut dilakukan dengan cara sosialisasi yang dilakukan oleh pengurus BTM , Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut telah memberikan upaya semaksimal mungkin, strategi promosi dalam hal ini promosi yang dilakukan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dan juga bagian dari pemasaran sehingga bisa menarik minat masyarakat agar mau menjadi anggota Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dan menggunakan pembiayaan murabahah”.*⁷²

Promosi juga sangat berpengaruh dalam mengubah pandangan masyarakat terhadap citra sebuah lembaga. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan anggota. Adapun promosi yang dilakukan Baitut Tamwil

⁷¹ Phip Kolter, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*, Terjemah: A. B. Susanto, Edisi Pertama (Jakarta: Salemba Empat), h.167

⁷² Anang Maruf, *Op. Cit.*, tanggal 21 April 2022, Jam 8:25 Wib

Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam memasarkan produk-produk yang dimiliki sebagai berikut:

a) Periklanan (*Advertising*)

Iklan merupakan setiap bentuk penyajian dan promosi bukan pribadi akan gagasan, barang atau jasa yang dibayar oleh sebuah sponsor tertentu.⁷³ Periklanan sangat difokuskan pada media yang merupakan pasar sarannya. Adapun media periklanan yang digunakan oleh BTM Taqwa Singkut dalam memasarkan produk-produknya berupa memasang spanduk, memosting dimedia sosial seperti facebook, melakukan penyebaran brosur kepada masyarakat, kepedagang ditempat-tempat tertentu.

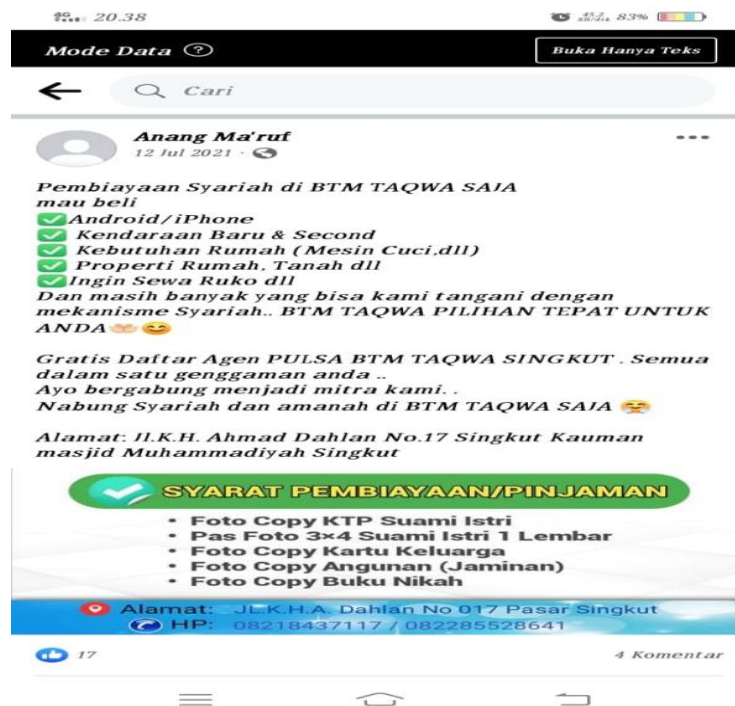
b) BTM Taqwa Singkut menggunakan media promosi periklanan berupa spanduk. Media promosi ini hanya dipasang didepan kantor saja sebagai informasi sederhana dan alat petunjuk keberadaan BTM Taqwa Singkut. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir pengeluaran terhadap kegiatan pemasaran.

⁷³ Kasmir, *Op., Cit.*, h. 247

1) Kantor Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut



- c) Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut menggunakan media promosi yaitu promosi melalui sosial media diantaranya Facebook agar bisa diketahui oleh masyarakat luas dengan mengenalkan produk-produk yang dimiliki dan memberi impresi yang baik agar rasa percaya masyarakat kepada Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut akan meningkat.



- d) Brosur, diberikan kepada masyarakat sekitar Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut menampilkan bentuk brosur dengan menampilkan semenarik mungkin yaitu dengan menyusun

layout brosur yang menggunakan tata warna dan grafik yang baik agar menimbulkan kesan eksklusif sehingga konsumen tertarik untuk membacanya. Brosur Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut



- a. Kegiatan pemberian brosur kepada masyarakat yang dilakukan di Pon-Pes Al-Fattah yang mana salah satu pihak BTM mengikuti pengajian.



- e) Publisitas (*publicity*)

Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam hal ini melakukan promosi publisitas diantaranya adalah melakukan kegiatan sosial seperti lewat pengajian. Pengajian dilakukan

setiap hari sabtu pertama setiap bulannya di Masjid Muhammadiyah Jln. Ahmad Dahlan, Bukit Tigo, Kec. Singkut, Kabupaten Sarolangun Jambi. Lewat pengajian yang diadakan rutin setiap bulan, petugas Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut bisa mensosialisasikan produk-produk yang mereka miliki kepada para anggota maupun masyarakat yang mengikuti pengajian tersebut. Strategi *marketing* lewat pengajian belum begitu efektif, dikarenakan masih banyak anggota maupun masyarakat yang tidak bisa menghadiri pengajian tersebut.

f) Penjualan Pribadi (*personal selling*)

Kegiatan *personal selling* dilakukan untuk memberikan pengetahuan masyarakat dan meningkatkan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19 Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut. Sebagaimana dari hasil wawancara Ibu Aminatus Syadiyah beliau mengatakan:

*“Personal selling saat ini yang dilakukan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut yaitu promosi dari mulut kemulut dilakukan dengan cara sosialisasi yang disampaikan mulai dari ketua pengurus, manager, sampai bagian kasir dan juga bagian pembukuan hal inilah yang dilakukan oleh BTM Taqwa Singkut. Jadi tidak mesti bagian marketing saja yang berhak menjual produk BTM Taqwa Singkut. Kegiatan ini dilakukan untuk meyakinkan calon anggota tentang produk-produk yang dimiliki oleh BTM dan beserta keistimewaan produk-produk tersebut tanpa ada yang ditutup-tutupi kepada anggota kemudian secara tidak langsung anggota akan menyampaikan kepada teman maupun kerabat untuk bergabung menjadi anggota”.*⁷⁴

⁷⁴ Aminatus Sadiyah, Administrasi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut, *Wawancara Pribadi*, tanggal 21 April 2022, Jam 9:00 Wib.

Menurut peneliti hasil wawancara diatas, peneliti bisa menyimpulkan bahwa Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam memasarkan produk-produk yang dimiliki menggunakan strategi promosi sosialisasi dari mulut kemulut, yang disampaikan oleh ketua pengurus, *manager*, sampai bagian kasir dan juga pembukuan . jadi dalam memasarkan produk yang dimiliki BTM Taqwa Singkut tidak hanya bagian *marketing* saja akan tetapi semua bagian berhak menjual produk yang dimiliki BTM, dimana dengan melalui strategi promosi dari mulut kemulut masyarakat akan lebih mudah mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut, dan diharapkan berminat bergabung menjadi anggota.

e. Strategi *People* (Orang)

People (orang) yaitu yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan jasa, merupakan bagian penting untuk membangun loyalitas. Pengetahuan dan kemampuan *people* yang bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan merupakan modal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan.⁷⁵ *People* dalam hal ini Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut melakukan rekrutmen sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas serta dan paham tentang pembiayaan syariah agar mampu menjalankan aktivitas pemasaran yang baik dan

⁷⁵ Hanggraito, “Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta”, *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, Vol. 4, no. 2 (2020): h. 79

mampu meyakinkan calon anggota. BTM Taqwa Singkut menetapkan status akhir bagi karyawan minimal SMA. Sebagaimana hasil wawancara yang dijelaskan oleh Bapak Anang Maruf selaku *marketing* Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut yaitu:

*“Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam menempatkan karyawan berdasarkan pada keahlian dari masing-masing individu, karyawan yang berkualitas, jujur, amanah, akidah yang lurus dan mampu meyakini calon anggota merupakan hal yang perlu ditingkatkan oleh setiap karyawan serta juga karyawan diberikan pelatihan secara bertahap untuk memperoleh keahlian yang dimiliki, BTM juga dalam menetapkan karyawan minimal SMA”.*⁷⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti bisa menyimpulkan bahwa BTM dalam menetapkan karyawan minimal SMA, dan memiliki keahlian, berkualitas, jujur dan amanah, dengan adanya pelayanan yang baik yang diberikan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut serta karyawan terhadap anggota maupun itu calon anggota yaitu merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk meningkatkan pembiayaan terutama pembiayaan *murabahah*.

f. Bukti *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Physical evidence yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditunjukkan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah

⁷⁶ Anang Maruf, *Op., Cit.*, tanggal 21 April 2022 Jam 14: 30 Wib

konsumen.⁷⁷ *Physical evidence* dalam hal ini keadaan kondisi yang didalamnya dan juga termasuk suasana dan juga karakteristik lingkungan merupakan saling nampak kaitannya. Sebagaimana hasil wawancara yang dijelaskan oleh Bapak Anang Maruf selaku *marketing* Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut, yaitu:

“Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam menyediakan sarana bukti fisik kualitas jasa dalam bentuk wujud fitur fisik yang dapat dilihat oleh konsumen yaitu seperti seragam karyawan, kartu nama, ruang tunggu yang nyaman dan cara pelayanan atau menanggapi calon anggota dengan ramah tamah, dalam hal ini berperan sangat penting dalam meyakinkan anggota atau calon anggota Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, peneliti bisa menyimpulkan bahwa Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam menyediakan ruangan yang tertata rapi sehingga membuat anggota merasa nyaman ketika berada didalam ruangan, dan juga pelayanan yang sangat ramah, rapi dalam berpakaian dan juga sopan merupakan yang menjadi salah satu rasa nyaman bagi setiap anggota dan calon anggota Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut.

g. Strategi Proses (Proses)

Proses yaitu menggambarkan metode dan urutan layanan dan menciptakan nilai yang dijanjikan kepada pelanggan dengan cara melayani permintaan pelanggan.⁷⁸ Proses dalam hal ini keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan.

⁷⁷ Hanggraito, *Op. Cit.*,h, 79

⁷⁸ Hanggraito, *Op. Cit.*, 80

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Anang Maruf selaku *marketing* Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut.

*“Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam menerapkan strategi proses yaitu memberikan kemudahan dan kecepatan dalam pelayanannya. Strategi proses merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan pembiayaan yang mana terdiri dari prosedur, jadwal pencairan, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana produk pembiayaan murabahah setelah disalurkan ke anggota, dengan proses yang cepat, mudah penuh ketelitian, serta tidak merugikan satu sama lain, untuk proses pencairan pembiayaan murabahah yaitu selama satu Minggu adapun tahapan proses pencairan pembiayaan murabahah yaitu nasabah mengajukan persyaratan, kemudian kami analisa kelapangan kita proses, setelah dirasa proses meyakinkan layak untuk diberi, dan jaminan mencukupi, maka langsung kita berikan barang yang ingin dibelinya, barang langsung kita beli tanpa perantara. Kita kuasai baru kita jual ke nasabah pada saat akad jual beli, tidak diberikan uang kenasabah.”*⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam menerapkan strategi proses tidak menyulitkan dalam melakukan proses di pembiayaan *murabahah* dengan adanya prosedur-prosedur yang telah diterapkan doleh BTM Taqwa Singkut nasabah mengajukan persyaratan, kemudian pihak BTM menganalisa kelapangan, jaminan mencukupi, hingga pencairan sangat cepat dan mudah. Adapun syarat-syarat pembiayaan *murabahah* yaitu:

1. Foto copy KTP suami istri
2. Pas foto 3×4 suami istri 1 lembar
3. Foto copy kartu keluarga

⁷⁹ Anang Maruf, *Op., Cit.*, tanggal 22 April 2022, Jam 8:40 Wib

4. Foto copy angunan (jaminan)
5. Foto copy buku nikah

Menanggapi hal itu, penggunaan strategi oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam masa pandemi covid-19 sangat diperlukan dalam lembaga keuangannya, karena seperti yang diketahui bahwa Baitut Tamwil Muhammadiyah taqwa Singkut merupakan lembaga yang sudah cukup lama didirikan pada tahun 2010 tentu saja selaku lembaga keuangan mempunyai strategi yang baik untuk mempertahankan lembaganya. Agar tetap bertahan dan tetap dikenal masyarakat serta bisa tetap melayani calon nasabah dan nasabah dengan baik.

Berdasarkan strategi-strategi dari strategi pemasaran hingga strategi yang telah diterapkan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemic covid-19, sudah mampu meningkatkan pembiayaan *murabahah* yaitu pada tahun sebelum pandemi hingga pada masa pandemi covid-19, jumlah pembiayaan *murabahah* pada tahun 2019 dengan jumlah pembiayaan sebanyak 6, 956,268,907 dengan jumlah nasabah 280, dan pada tahun 2021-2022 jumlah pembiayaan mencapai 8,759,686,266 dengan jumlah nasabah 450. Strategi pemasaran dan strategi yang ada dapat membantu Baitut Tamwil

Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemic covid19.

Berdasarkan hal tersebut menurut peneliti strategi pemasaran dan strategi yang telah diterapkan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dapat meningkatkan pembiayaan *murabahah* dimasa sebelum pandemi covid19 sehingga dimasa pandemi covid19. Dalam hal ini harus ditingkatkan lagi kedepannya untuk strategi-strategi yang telah diterapkan agar bisa mempertahankan dan lebih meningkat pembiayaan *murabahah* dari tahun sebelumnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelum ini, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid-19 yaitu dengan, meningkatkan kegiatan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat dilakukan dengan cara *door to door*, melalui periklanan brousur, sosial media seperti facebook, whatshapp. Meningkatkan kualitas sumber daya insani dalam proses pelayanan kepada anggota berupa penampilan, cara berpakaian dan juga perilaku. Memberikan reward atau apresiasi kepada nasabah khususnya untuk pembiayaan *murabahah* yang membayar angsuran secara lancar, memperpanjang dan memperkecil masa angsuran.

Meskipun beberapa strategi diantaranya belum terlalu optimal, akan tetapi strategi tersebut bertujuan untuk peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi covid19.

2. Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemic covid19 yaitu menggunakan *marketing mix* (bauran pemasaran) 7P yaitu:

- a. Strategi *product* (produk), dalam strategi ini Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut menampilkan keunggulan dari produk-produk yang dimiliki.
- b. Strategi *price* (harga), dalam strategi harga Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut menggunakan sistem bagi hasil pada pembiayaan *mudharabah* sedangkan pembiayaan *murabahah* dengan *margin* fleksibel berdasarkan kesepakatan dan negosiasi antara pihak Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dengan anggota.
- c. Strategi *place* (tempat), dalam strategi tempat Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut memilih lokasi yang berada didekat pasar dan kompleks muhammadiyah.
- d. Strategi *promotion* (promosi), Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut menggunakan promosi, iklan, publitas, dan peneualan pribadi. Sosialisasi dari mulut kemulut, lewat pengajian, dan brousur.
- e. Strategi *people* (orang) Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut menggunakan dalam mempatkan karyawan berdasarkan keahlian, berkualitas, jujur, amanah, dan akidah yang lurus.
- f. Strategi *physical evidence* (bukti fisik) menyediakan sarana bukti fisik kualitas jasa dalam bentuk wujud berupa, seragam karyawan, kartu nama, dan ruang tunggu.

- g. Strategi *proses* (proses) Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut menerapkan strategi proses yaitu, memberikan kemudahan dan kecepatan dalam pelayanan.

B. Saran

Ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan berdasarkan hasil analisis terhadap strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan *murabahah* dimasa pandemic covid-19 sebagai berikut:

1. Bagi lembaga Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut harus lebih meningkatkan kembali strategi yang telah diterapkan dimasa pandemi covid-19, terutama dalam strategi promosi yaitu harus memperkembangkan kegiatan promosi melalui media elektronik serta memperluas mangsa pasar dengan menggunakan teknologi yang kini semakin maju secara optimal dan penambahan karyawan dibidang pemasaran.
2. Bagi pembaca, semoga dengan adanya penelitian ini agar dapat menambah wawasan pengetahuan tentang lembaga keuangan yang berbasis syariah dan dapat menumbuhkan rasa semangat agar dapat ikut berperan aktif dalam mengembangkan lembaga keuangan syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil dan penelitian ini diharapkan bisa mengembangkan lagi dengan objek dan sudut pandang yang berbeda

guna untuk menemukan hal-hal yang baru agar dapat meningkatkan jumlah nasabah di lembaga keuangan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, Buchori. 2013. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*, Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharismi. 2014. *Prosedur Penelitian* Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Freddy, Rangkuti. 2013. *Fleksibel Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Huda, Nurul. 2010. *Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia.
- Karim, Adiwarmanto A. 2007. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kasmir. 2016 *Etika Customer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo.
- _____. 2006. *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Kolter, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian, Terjemah: A. B. Susanto, Edisi Pertama* Jakarta: Salemba Empat.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*, Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Purwanto. 2012. *Marketing Strategik Peningkatan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, Jakarta: Platinum.
- Salim Yeni dan Petersalim. 1995. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* Jakarta: Modern Press.
- Shilihin Ahmad, Irham. 2010. *Pedoman Umum Keuangan Syariah*, Jakarta: PT Gramedia pustaka utama.
- Sholihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*, Bandung Erlangga.
- Sjahdeini Remi Sutan. 2007. *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Stutedi, Andrian. 2009. *Perbankan Syariah Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, (Jakarta:Ghalia Indonesia.

- Sugiono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif* Bandung: Alfabeta.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan* Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* Bandung: IKAPI.
- Sumitro, Warkum. 1996. *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga yang Terkait*, Jakarta:PT. Raja Grafindo.
- Sutrisno, Hadi. 2004. *Metodelogi Research*, Yoyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandi. 2005. *Pemasaran Jasa*, Jawa Timur: Bayu Media Publishing.
- Umar, Husein. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta: Rajawali Press.
- _____. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2005. *Strategic Management in Actio*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyudi Agustinus, Seri. 2007. *Manajemen Strategik Pengantar Proses Berfikir Strategik*, Jakarta: Binarupa Aksara.

Jurnal

- Afrinda, Yenti. 2016. Analisis Pembiayaan Murabahah di Perbankan Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam vol. 1, no. 2*.
- Ariffudin, Muhammad. 2020. *Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat Dan Pandemi Covid-19*, Jurnal, Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya.
- Artikel. 2014 *Pengertian Peningkatan Menurut Parah Ahli*, diakses dari <http://www.duniapelajar.com> pengertian-peningkatan-menurut-para-ahli.
- Budio, Sesra. 2019. Strategi Manajemen Sekolah *Jurnal Menata vol 2, no. 2*.
- Dwinanda. 2020. Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, Vol. 5, no. 3.
- Elman, Syaifudin. 2015. *Strategi Penyaluran Dana Zakat BAZNAS Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi*, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayattullah Jakarta.

- Fantoni, Nur. 2012. Penguatan Akad Pembiayaan Mudharabah Untuk Merealisasikan Misi Keadilan Berbasis Pada Baitul Maal Wat Tanwil Tamzis Wonosobo, *Jurnal Ekonomic*, Vol. 1 No. 2.
- Fitriani, Nur Indah. 2020. *Perbandingan Sistem Kesehatan di Negara Berkembang dan Negara Maju*, Jurnal, Lampung: Program Studi Pendidikan Dokter Fakultas Kedokteran Universitas Lampung.
- Habib, Muhammad Syafaat. 2018. *Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah di Baitut Tamwil Muhammadiyah Bandar Lampung*, Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung.
- Hakim. 2017. Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah Dalam Perspektif Hukum Di Indonesia. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*. Vol. 1 no. 2.
- Hanggraito. 2020. Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta, *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, Vol. 4, no. 2.
- Haryoso. 2017. Penerapan Pinsip Pembiayaan Syariah Murabahah Pada BMT Bina Usaha di Kabupaten Semarang, *Law And Justice*, Vol. 2 no. 1.
- Karini, Ila. 2017. *Analisis Peran Pembiayaan Modal Kerja Usaha Terhadap Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM dalam Persepektif Ekonomi Islam : Studi Pada Baitut Tamwil Muhammadiyah BIMU Bandar Lampung* Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung.
- Kurniawan, Novinja, 2014. *Strategi Meningkatkan Nasabah Pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah*, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mubarok, Nurul. 2017. *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calist*, Jurnal I-Ekonomic, Vol. 3, No 1.
- Nasrullah, Muhammad. 2017. *Strategi Penyelesaian Pembiayaan Murabahah Bermasalah di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Bina Insan Mandiri KSPPS BIM Gondang Rejo Karang Anyar*. Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nuraini, Putri Ririn. 2019. *Perbandingan Sistem Kesehatan di Negara Berkembang dan Negara Maju*, Jurnal, Universitas Batang Hari Jambi Fakultas Kesehatan.
- Nurlatifah Syifa Zakia dan Masykur R. 2017. Pengaruh Strategi Pemasaran *World Of Mounth Wom* dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitut Tamwil

Muhammadiyah BTM Kota Bandar Lampung” *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol.17., no.3.

Pratama Yahya Sani. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah dalam meningkatkan Jumlah Anggota: Studi Pada KSPPSB BIMU Bandar Lampung*, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung.

Sari, Nur Indah. 2018. Peningkatan Spritualitas Melalui Wisata Religi di Makam Keramat Kwitang Jakarta” *Jurnal Studi Al-Quran*, 14, no. 1.

Wulandari, Siti. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Guna Meningkatkan Jumlah Anggota dalam Prespektif Ekonomi Islam: Studi Baitut Tamwil Muhammadiyah BIMU Bandar Lampung*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung.

Yuliana. 2020. *Corona Virus Desiase Covid-19*, Jurnal Semarang: Fakulta Psikologi Dan Kesehatan UIN Walisongo.

Wawancara

Akbar, Ali. 2021. Pengertian Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut, *Wawancara*, tanggal 18 November 2021.

Maruf, Anang .2022. Strategi Produk, , *Wawancara Pribadi*, tanggal 20 April 2022.

_____. 2022. Strategi Harga, *Wawancara Pribadi*, tanggal 21 April 2022.

_____. 2022. Strategi Promosi, *Wawancara Pribadi*, tanggal 20 April, 2022.

_____. 2022. Strategi Bukti Fisik. *Wawancara Pribadi*. tanggal 21 April 2022.

_____. 2022. Strategi Proses, *Wawancara Pribadi*, tanggal 22 April 2022.

Purnomo, Alip. 2022. Strategi BTM Taqwa Singkut, *Wawancara Pribadi*, tanggal 18 Mei 2022.

Sadiyah, Aminatus. 2022. Strategi Penjualan Pribadi, *Wawancara Pribadi*, tanggal 21 April 2022.

Suryanti, Puput. 2021. Data Aset BTM Taqwa Singkut, *Wawancara Via Whatshapp*, tanggal 28 Januari 2022.

_____. 2021. Data Pembiayaan Murabahah BTM Taqwa Singkut, *Wawancara Via Whatshapp*, tanggal 28 Januari 2022.

Suryanto. 2022. Strategi BTM Taqwa Singkut Dalam Peningkatan Pembiayaan Murabahah, , *Wawancara Via Whatsapp*, tanggal 19 Mei 2022.

L

A

M

P

I

R

A

N



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
PRODI PERBANKAN SYARIAH

Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor: /In.34/FS.02/PP.00.9/01/2022

Pada hari ini Rabu Tanggal 18 Bulan Januari Tahun 2022 telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas:

Nama : KARUNA / 18.65.10.75
Prodi / Jurusan : Perbankan Syariah / Syariah & Ekonomi Islam
Judul : Strategi baitul tamwit Muhammadiyah tagwa - Singket
dalam peningkatan pembiayaan Murabahah di masa pandemi Covid-19

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut:

Moderator : Lizza Maharani
Calon Pmbb I : Nopriah M.Ag
Calon Pmbb II : Khairul Umam Khudori M.K.I

Berdasarkan analisis kedua calon pembimbing, serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Mencari Data perusahaan
2. Sistematisa tulisan, cari referensi ulome serta (jurnal, buku, dll) Diseminaran
3. penulisan harus konsisten seperti Mubalahah di Cetak kirim
4. footnote kece, sumber datanya harus dicari
- 5.

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua calon pembimbing paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 4 bulan februari tahun 2022, apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 18 Januari 2022

Moderator

Lizza Maharani

Calon Pembimbing I

Nopriah M.Ag
NIP.

Calon Pembimbing II

Khairul Umam Khudori M.K.I
NIP.

NH:

Hasil berita acara yang sudah ditandatangani oleh kedua calon pembimbing silahkan di fotocopy sebagai arsip peserta dan yang ush diserahkan ke Fakultas Syariah & Ekonomi Islam / Pengawas: untuk penerbitan SK Pembimbing Skripsi dengan melampirkan perbaikan skripsi BAB I yang sudah disetujui / ACC oleh kedua calon pembimbing



SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
 Nomor : ~~000~~/In.34/FS/PP.00.9/01/2022

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk dosen pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
 2. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut.
- Mengingat** : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
 3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
 5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
 7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: B.11/3/15447, tanggal 18 April 2018 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2018-2022;
 8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor: 0050/In.34/2/KP.07.6/01/2019 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan**
Pertama : Menunjuk saudara:
 1. Noprizal, M.Ag NIP. 197711052009011007
 2. Khairul Umam Khudhori, M.E.I NIP. 199007252018011001

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA : Kamina
 NIM : 18631075
 PRODI/FAKULTAS : Perbankan Syariah (PS)/Syariah dan Ekonomi Islam
 JUDUL SKRIPSI : Strategi Baitul Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut Dalam Peningkatan Pembiayaan Murabahah Dimasa Pandemi Covid-19

- Kedua** : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
Keempat : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
Kelima : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
Keenam : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di: Curup
 Pada tanggal : 25 Januari 2022

Dekan,


 Dr. Yusef M. Ag
 NIP. 197006021998031007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
 FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003041 Fax (0732) 21010 Curup 39119
 Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas@iaincurup.ac.id

Nomor : 022/In.34/FS/PP.00.9/04/2022 Curup, 06 April 2022
 Lamp : Proposal dan Instrumen
 Hal : **Rekomendasi Izin Penelitian**

Kepada Yth,
 Pimpinan Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut
 Di-
 Bukit Tigo, Kec. Singkut, Kabupaten Sarolangun Jambi

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Nama : Karnina
 Nomor Induk Mahasiswa : 18631075
 Program Studi : Perbankan Syariah (PS)
 Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
 Judul Skripsi : Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut Dalam Peningkatan
 Pembiayaan Murabahah Dimasa Pandemi Covid-19
 Waktu Penelitian : 06 April 2022 Sampai Dengan 06 Juni 2022
 Tempat Penelitian : Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerja sama dan izinnya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,

Dr. Yusri, M.Ag
 197002021998031007



KSPPS
BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH TAQWA
 LEMBAGA KUANGAN SYARIAH

Jalan. K. H. Dehlan, No. 017 Pear Singkut lorong Kaumen Muhammadiyah telp. 082184371717

SURAT KETERANGAN

Nomor : 108 /BTM/ OS /2022

• Yang Bertandatangan Dibawah Ini :

Nama : ALI AKBAR

Jabatan : Manager Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Karnina

NIM : 18631075

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Syariah dan ekonomi Islam

Menerangkan Bahwa nama tersebut diatas telah benar-benar melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul. *Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut Dalam Peningkatan Pembiayaan Murabahah dimasa pandemic covid-19*. Guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S.E di jurusan syariah dan ekonomi Islam.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kerta Dewa, 8 Mei 2022

Mengetahui

Manager Baitut Tamwil Muhammadiyah

ALI AKBAR



KSPPS

BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH TAQWA

LEMBAGA KUANGAN SYARIAH

Jalan. K. H. Dahlan, No. 017 Pasar Singkul Krang Kauman Muhammadiyah telp. 082184371717

SURAT KETERANGAN

Nomor : 09/BTM/05/2022

Yang Bertandatangan Dibawah Ini :

Nama : ANANG MARUF

Jabatan : Marketing Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Karnina

NIM : 18631075

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Syariah dan ekonomi Islam

Menerangkan Bahwa nama tersebut diatas telah benar-benar melaksanakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul: *Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut Dalam Peningkatan Pembiayaan Murabahah dimasa pandemic covid-19*. Guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S.E di jurusan syariah dan ekonomi Islam.

- Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kerta Dewa, 16 Mei 2022

Mengetahui

Marketing Baitut Tamwil Muhammadiyah

ANANG MARUF

PEDOMAN WAWANCARA

**“STRATEGI BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH TAQWA SINGKUT
DALAM PENINGKATAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH* DIMASA PANDEMI
COVID-19**

No	Rumusan Masalah	Pertanyaan
1.	Bagaimana strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan <i>murabahah</i> dimasa pandemi covid-19?	1. Produk <ul style="list-style-type: none"> a. Apa saja produk yang dimiliki oleh BTM Taqwa Singkut? b. Bagaimana menerapkan strategi produk tersebut? c. Dalam strategi produk, apa saja produk pembiayaan <i>murabahah</i> yang paling banyak diminati oleh nasabah? 2. Harga <ul style="list-style-type: none"> a. Bagaimana BTM menerapkan strategi harga? b. Apakah ada perbedaan harga BTM dengan lembaga keuangan yang lain dalam menerapkan strategi harga c. Bagaimana BTM dalam menentukan harga pembiayaan <i>murabahah</i> dan penetapan

<p>2.</p>	<p>Strategi apa saja yang digunakan oleh pihak Baitut Tamwil Muhammadiyah Taqwa Singkut dalam peningkatan pembiayaan <i>murabahah</i> dimasa</p>	<p>keuntungan dalam pembiayaan <i>murabahah</i>?</p> <p>3. Lokasi</p> <p>a. Bagaimana strategi lokasi yang dilakukan BTM ?</p> <p>4. Promosi</p> <p>a. Dalam strategi promosi, apa saja promosi yang digunakan?</p> <p>b. Apa saja yang menjadi alasan menggunakan strategi promosi tersebut?</p> <p>c. Apa saja media promosi yang digunakan BTM</p> <p>5. Orang/ karyawan</p> <p>a. Bagaimana BTM dalam menempatkan karyawan dalam memasarkan produk?</p> <p>6. Bukti fisik</p> <p>a. Apa saja bukti fisik yang dapat dilihat oleh nasabah dan calon nasabah dari BTM?</p> <p>7. Proses</p>
-----------	--	---

	pandemi covid-19?	<p>a. Bagaimana strategi proses pemesanan yang dilakukan oleh BTM?</p> <p>1. Selain strategi pemasaran 7P strategi apa saja yang digunakan BTM dalam peningkatan pembiayaan <i>murabahah</i> dimasa pandemic covid-19?</p>
--	-------------------	--



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Karnina
 NIM : 18631075
 FAKULTAS/PRODI : Perbankan Syariah
 PEMBIMBING I : Noprizal, M. Ag
 PEMBIMBING II : Khairul Umam Khudhori, M. E. I
 JUDUL SKRIPSI : Strategi Baitul Tamwil Muhammadiyah Taowa
 Singkat Dalam Peningkatan Pembinaan Murabahah
 Dimasa Pandemi Covid-19

* Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing 1 atau pembimbing 2;

* Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing 1 minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sediakan;

* Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diujikan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Karnina
 NIM : 18631075
 FAKULTAS/PRODI : Perbankan Syariah
 PEMBIMBING I : Noprizal, M. Ag
 PEMBIMBING II : Khairul Umam Khudhori, M. E. I
 JUDUL SKRIPSI : Strategi Baitul Tamwil Muhammadiyah Taowa
 Singkat Dalam Peningkatan Pembinaan Murabahah
 Dimasa Pandemi Covid-19


Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.


Pembimbing I,

NIP.

Pembimbing II,

Khairul Umam Khudhori, M. E
 NIP. 199001152018011001

 IAIN CURUP				
NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	3/2022 03	+ Bentuk / jenis / Macam Strategi + Rumusan Strategi Pendahuluan BSM ke bab 3 + Matriks alir	NO	SK
2	10/2022 07	+ Dana awal BSM dari mana + nomor badan hukum & spp + Keterangan dari setiap organ struktur	NO	SK
3	26/2022 03	+ Strategi Peningkatan + Data Nasabah + Data BTKI	NO	SK
4	14/2022 03	Acc Bab III	NO	SK
5	23/2022 03	Review Pedoman wawancara	NO	SK
6	20/2022 03	Acc Pedoman wawancara	NO	SK
7	08/2022 06	Proses BTKI	NO	SK
8	05/2022 07	Acc untuk wawancara	NO	

 IAIN CURUP				
NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	1/2022 09	Footnote + Referensi + Footnote data Laporan + Bab 5 cari beberapa lain untuk Memulai	SK	SK
2	7/2022 09	BAB I & II - Sistematisa penulisan	SK	SK
3	11/2022 11	BAB II - Kuantifikasi pendahuluan - Referensi	SK	SK
4	26/2022 15	ACC BAB I-III	SK	SK
5	01/2022 07	BAB III perbaiki sistematisa	SK	SK
6	01/2022 07	ACC BAB IV	SK	SK
7		ACC Bab V	SK	
8				

DOKUMENTASI





PROFIL PENULIS



Peneliti bernama Karnina, lahir di Karta Dewa pada tanggal 06 Mei 2000. Peneliti sekarang tinggal di desa Kerta Dewa, Kecamatan Rawas Ulu, Kabupaten Musi Rawas Utara, Sumatera Selatan. Peneliti merupakan anak pertama dari Bapak Jabarudin dan Ibu Asma Mulya (Almh), peneliti memiliki satu saudara kandung perempuan yang bernama Mitra Kirana yang saat ini sedang duduk dibangku kelas 5 SD.

Mengenai riwayat berorganisasi, peneliti pernah menjabat sebagai Bendahara di IMMC (Ikatan Mahasiswa Muratara Curup). Pendidikan peneliti, pada Tahun 2012 peneliti lulus Sekolah Dasar (SDN Kerta Dewa). Kemudian peneliti melanjutkan pendidikannya di MTS Tzakka Pasar Surulangun Rawas, dan berhasil lulus pada tahun 2015, setelah itu peneliti melanjutkan pendidikannya di MA Tzakka, pendidikan tingkat SMA pada tahun 2018. Kemudian ditahun 2018 peneliti melanjutkan pendidikannya dengan duduk dibangku kuliah pada salah satu perguruan tinggi Negeri yang berada di Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu di Desa Curup tempatnya di Institut Agama Islam Negeri Curup, dengan mengambil pendidikan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, program studi perbankan syariah. Selain itu peneliti juga menempuh pendidikan di Ma'had Al-Jamiah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Selama 4 Tahun.