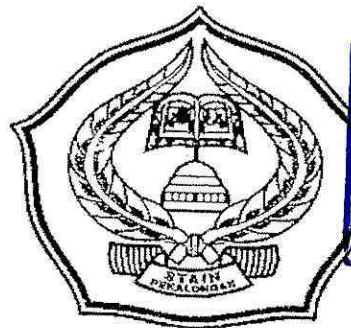




**STUDI KOMPARASI STRATEGI PEMASARAN
PRODUK PEMBIAYAAN MODAL KERJA MUSYARAKAH
ANTARA BMT NURUSSA' ADAH PEKALONGAN
DAN BMT MINNA LANA PEKALONGAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)
di Bidang Ilmu Perbankan Syariah



ASAL BUKU INI	:	<i>PENULIS</i>
PENERBIT/MARGA	:	
TGL. PENERIMAAN	:	<i>17/Jul. 2014</i>
NO. KLASIFIKASI	:	<i>TA 14.116</i>
NO. INDUK	:	<i>011612</i>

Oleh :

ARIEF WICAKSONO
201209001

**PROGRAM STUDI D III PERBANKAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PEKALONGAN**

2014

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul **“STUDI KOMPARASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MODAL KERJA *MUSYARAKAH* ANTARA BMT NURUSSA’ADAH PEKALONGAN DAN BMT MINNA LANA PEKALONGAN”** ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satupun pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Pekalongan, April 2014

Deklarator



Arief Wicaksono
NIM. 201209001

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar
Hal : Naskah Tugas Akhir
Sdr. Arief Wicaksono

Kepada Yth
Bapak Ketua STAIN Pekalongan
C.Q. Ketua Jurusan Syariah
di-
Pekalongan

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah Tugas Akhir saudara:

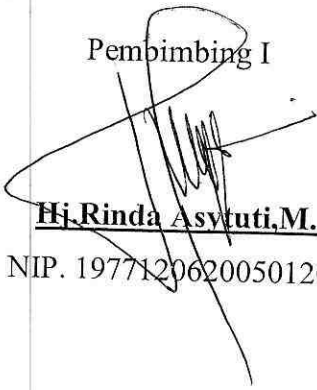
Nama : Arief Wicaksono
NIM : 201209001
Program Studi : D3 Perbankan Syariah
Judul : STUDI KOMPARASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK
PEMBIAYAAN MODAL KERJA *MUSYARAKAH* ANTARA
BMT NURUSSA'ADAH PEKALONGAN DAN BMT MINNA
LANA PEKALONGAN.

Dengan ini kami mohon agar Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera diujikan (dimunaqosahkan).

Demikian, harap menjadi perhatian dan disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Hj. Rinda Asytuti, M. Si

NIP. 197712062005012002

Pekalongan, Januari 2014

Pembimbing II


Yusuf Nalim, M.Si

NIP. 197801052008011019



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PEKALONGAN**

Jln. Kusumabangsa No. 9 Telp (0285) 412575- 412572 Fax. 423418
Email : stainpkl@telkom.net – stainpkl@hotmail.com

PENGESAHAN

Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan Mengesahkan
Tugas Akhir Saudara :

Nama : Arief Wicaksono
NIM : 201209001
Judul : **STUDI KOMPARASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK
PEMBIAYAAN MODAL KERJA MUSYARAKAH ANTARA
BMT NURUSSA'ADAH PEKALONGAN DAN BMT MINNA
LANA PEKALONGAN**

Yang telah diujikan pada hari kamis, 3 April 2014 dan dinyatakan lulus serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) dalam
disiplin ilmu Perbankan Syariah.

Dewan Penguji,

Penguji I

Andi Eswoyo, S. Ag

NIP. 19730516 200003 1 004

Penguji II

Mansur Chadi Mursid, M.M

NIP. 19820527 201101 1 005



TRANSLITERASI

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Ṣā'	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥā'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai'	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣād	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	Ḍ	De (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ط	Tā'	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ayn	...'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Ki
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wau	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	...'	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

PERSEMBAHAN

Dalam perjuangan mengarungi samudra Ilahi tanpa batas, penulis persembahkan tugas akhir ini teruntuk orang-orang yang selalu hadir, yang selalu memberi dorongan, perhatian kasih dan sayangnya kepada penulis, khususnya buat :

- ❖ Allah SWT atas nikmat dan karunia Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
- ❖ Kedua orang tua penulis ibu dan (alm) ayahku tercinta yang telah sabar, penuh kasih sayang serta tulus ikhlas merawat, mendidik dan mengajarkan tentang segala sesuatu kebaikan kepada penulis, juga dengan ketulusan doanya yang selalu menyertai penulis dalam menjalani hidup ini, agar menjadi manusia yang berguna
- ❖ Kedua kakakku yang tak pernah berhenti memberi motivasi agar bisa cepat terselesaikan tugas ini
- ❖ Semua teman-temanku yang selalu menjadi motivator, khususnya teman-temanku senasib dan seperjuangan seperti H. Helmi hummamudin, adam, asror, daryono, awang, furqon, tafid, iffandi, bakri, kumaidi serta teman-teman prodi D3 Perbankan Syariah. Yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu thanks for all
- ❖ Dan semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan dan menyelesaikan tugas akhir ini

MOTTO

WHAT PEOPLE SAY I DON'T CARE

PAHLAWAN BUKANLAH ORANG YANG BERANI
MENETAKKAN PEDANGNYA KE PUNDAK LAWAN, TETAPI
PAHLAWAN SEBENARNYA IALAH ORANG YANG SANGUP
MENGUASAI DIRINYA DIKALA IA MARAH.

(NABI MUHAMMAD SAW)

JANGANLAH MELIHAT MASA LAMPAU DENGAN
PENYESALAN, JANGAN PULA MELIHAT MASA DEPAN
DENGAN KETAKUTAN, TAPI LIHATLAH SEKITAR
ANDA DENGAN PENUH KESADARAN

(JAMES THUBER)

KEBANYAKAN DARI KITA TIDAK MENSYUKURI APA
YANG SUDAH KITA MILIKI, TETAPI KITA SELALU
MENYESALI APA YANG BELUM KITA CAPAI

(SCHOPENHAUER)

KITA BERDOA KALAU KESUSAHAN DAN
MEMBUTUHKAN SESUATU, MESTINYA KITA JUGA
BERDOA DALAM KEGEMBIRAN BESAR DAN SAAT
REZEKI MELIMPAH

(KAHLIL GIBRAN)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa terlimpah kepada junjungan kita Sayyidina Muhammad SAW.

Penulis Tugas Akhir ini guna melengkapi dan memenuhi syarat yang telah ditentukan untuk mencapai Ahli Madya (A. Md) dalam Jurusan Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak sedikit kendala dan cobaan yang penulis hadapi. Berkat rahmat serta hidayah dan taufiq-Nya, disamping bimbingan Bapak dan Ibu Dosen dari keluarga dan semua pihak, berbagai kendala dan cobaan tersebut dapat penulis atasi.

Sehubungan dengan hal ini penulis tidak lupa menyampaikan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini baik riil maupun material. Ucapan terimakasih haturkan kepada :

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M. Ag selaku Ketua STAIN Pekalongan
2. Bapak H. Tubagus Surur, M. Ag selaku Ketua Jurusan Syariah
3. Bapak AM. M. Hafidz MS, M. Ag selaku Sekretaris Jurusan Syariah
4. Bapak Ahmad Syukron, M. Ei selaku Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah dan juga selaku Dosen Wali.

5. Ibu Rinda Asytuti, M.Si selaku Pembimbing I dan Bapak Yusuf Nalim, M. Si selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu guna membimbing saya dengan penuh kesabaran dan ketelitian dalam penulisan Tugas Akhir ini.
 6. Bapak Yusuf Arinal Huda selaku Manajer BMT Nurussa'adah Pekalongan beserta staf-stafnya dan Bapak Zaenul Abror selaku Manajer BMT Minna Lana pekalongan beserta staf-stafnya yang telah memberi izin tempat penelitian.
 7. Bapak/Ibu dosen Prodi D3 Perbankan Syariah yang telah memberikan bekal untuk penyelesaian Tugas Akhir.
 8. Seluruh civitas Akademik STAIN Pekalongan.
- Akhirnya penulis harapkan agar Tugas Akhir ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, April 2014

Penulis



Arief Wicaksono
NIM 201209001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN DEKLARASI	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN TRANSLITERASI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	iv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Penegasan Istilah	4
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	6
F. Tinjauan Pustaka	6
G. Kerangka Teori	14
H. Metode Penelitian	19
I. Sistematika Penulisan	23

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran dan Strategi Pemasaran	25
1. Pengertian Pemasaran	25
2. Konsep Pemasaran	27
3. Strategi Pemasaran	32
4. Tujuan Strategi Pemasaran	39
B. <i>Musyarakah</i>	40
1. Pengertian <i>Musyarakah</i>	40
2. Dasar Hukum	41

3. Jenis-jenis <i>Musyarakah</i>	42
4. Aplikasi Dalam Perbankan	44
5. Manfaat <i>Musyarakah</i>	45
6. Rukun dan Syarat	45
C. Pembiayaan Modal Kerja.....	47
1. Pembiayaan Likuiditas	48
2. Pembiayaan Piutang	48
3. Pembiayaan Persediaan	49
4. Pembiayaan Modal Kerja Untuk Perdagangan	50

BAB III GAMBARAN UMUM

A. Profil Berdirinya BMT Nurussa'adah	58
1. Visi dan Misi BMT Nurussa'adah	59
2. Tujuan BMT Nurussa'adah	59
3. Produk-produk BMT Nurussa'adah	60
4. Manajemen Pembiayaan BMT Nurussa'adah	62
B. Profil Berdirinya BMT Minna Lana	69
1. Visi, Misi dan Tujuan BMT Minna Lana	70
2. Produk-produk	71

BAB IV ANALISIS DAN HASIL PEMBAHASAN

A. Analisa Komparasi Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja <i>Musyarakah</i> antara BMT Nurussa'adah dan BMT Minna Lana	78
B. Implikasi Pelaksanaan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja <i>Musyarakah</i> di BMT Nurussa'adah dan BMT Minna Lana	85

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	89
B. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

1.1	Gambar Perkembangan Nasabah Pembiayaan Musyarakah Di BMT Nurussa'adah Dan BMT Minna Lana	3
1.2	Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu	7
2.1	Gambar Penyaluran Pembiayaan Musyarakah	65
3.1	Gambar Tabel Perbedaan Antara BMT Nurussa'adah Dan BMT Minna Lana	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) merupakan organisasi yang juga berperan sosial.¹ Berdirinya BMT dimaksudkan untuk menjangkau lapisan masyarakat bawah. BMT sangat membantu perekonomian yang berperan sebagai lembaga intermediasi dari pihak surplus dana kepada pihak yang membutuhkan dana dengan prosedur yang tidak rumit, pelayanan yang tidak kalah dengan lembaga keuangan mikro dan yang terpenting adalah sesuai dengan konsep syariah. BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. BMT bukan sekedar lembaga keuangan yang bersifat sosial, namun BMT juga sebagai lembaga bisnis dalam rangka memperbaiki perekonomian masyarakat.

Meningkatnya jumlah BMT sekarang ini, persaingan untuk menghimpun dana dari masyarakat semakin meningkat. Semua berlomba untuk menghimpun dana dari masyarakat sebanyak-banyaknya dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan baik untuk tujuan produktif maupun konsumtif.

Kegiatan jasa keuangan yang dikembangkan oleh BMT berupa penghimpunan dana dan menyalurkannya melalui kegiatan pembiayaan dan dari untuk anggota dan calon anggota. Kegiatan dapat dilaksanakan secara

¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Presss, 2004), hlm 126

operasional dengan kegiatan simpan pinjam dalam koperasi atau kegiatan lembaga keuangan Islam. BMT dapat disamakan dengan sistem perbankan atau lembaga keuangan yang mendasarkan kegiatannya secara syariat Islam. Hal ini juga terlihat dari produk-produk jasanya yang kurang lebih sama dengan yang ada dalam perbankan Islam.²

Penghimpunan dana yang dilakukan oleh BMT diperoleh melalui simpanan, yaitu dana yang dipercayakan oleh nasabah kepada BMT untuk disalurkan ke sektor produktif dalam bentuk pembiayaan. Salah satu produk dari BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan yaitu produk pembiayaan *Musyarakah*. Produk pembiayaan *musyarakah* adalah akad kerjasama antara kedua belah pihak yakni atau lebih untuk suatu usaha tertentu, di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dan dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan sedangkan resiko berdasarkan porsi kontribusi dana.³

Pada tahun 2010 produk pembiayaan *Musyarakah* kurang mendapat respon banyak dari masyarakat di sekitar BMT dikarenakan promosi yang dijalankan oleh masing-masing BMT kurang memuaskan para nasabah atau calon nasabah baru, melihat kondisi pada tahun 2010 akhirnya pada tahun 2011 dan 2012 kedua BMT memberikan inovasi baru bagi produk pembiayaan *Musyarakah* maupun produk lainnya, agar masyarakat mau menggunakan produk tersebut dikarenakan dengan banyaknya lembaga keuangan syariah

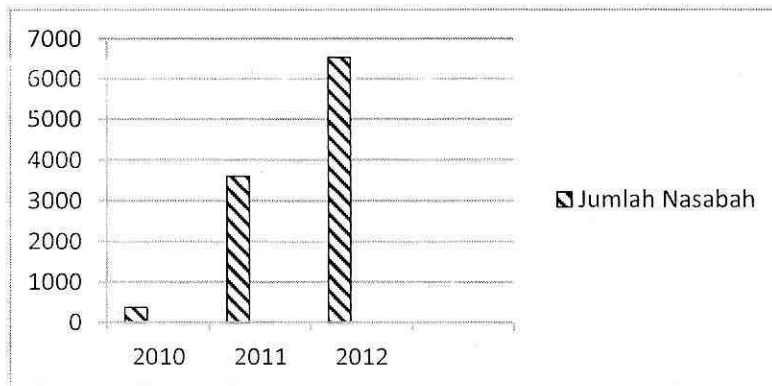
²Hertanto Widodo, AK, Et., al, *Panduan Praktis Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Bandung: Mizan, 1999), hlm. 81

³DwiSuwiknyo, SEL., MSI, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PustakaPelajar, 2010), hlm. 186

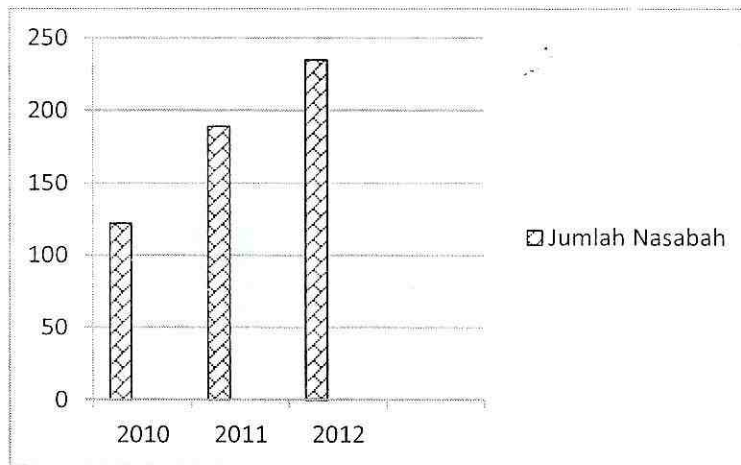


lainnya yang bermunculan. Dalam produk ini BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan mempunyai strategi pemasaran yang akan ditawarkan kepada masyarakat sehingga produk tersebut mendapat respon positif dari masyarakat.

Peningkatan Nasabah di BMT Nurussa'adah Pekalongan.



Pertumbuhan Nasabah di BMT Minna Lana



Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, dalam rangka melihat kemampuan kinerja BMT untuk dapat memasarkan produk-produknya melalui strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Maka peneliti memilih judul: **“Studi Komparasi Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Modal**

Kerja *Musyarakah* antara BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan."

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan dalam memasarkan produk pembiayaan modal kerja *Musyarakah*?
2. Bagaimana implikasi strategi pemasaran produk pembiayaan modal kerja *Musyarakah* terhadap peningkatan jumlah nasabah di BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan?

C. Penegasan Istilah

Selanjutnya dalam rangka membahas pengertian dan menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap judul tugas akhir diatas, maka penulis perlu menegaskan beberapa istilah berikut ini

1. Strategi

Adalah rencana yang matang tentang suatu kegiatan untuk mencapai tujuan.yaitu mengenai strategi pemasaran produk⁴.

2. Produk

Adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan.⁵

⁴Ivan Rahmawan A, *Kamus Istilah Akuntansi Syariah Cet 1*, (Yogyakarta Pilar Media, 2005), hlm 12

⁵Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hal. 216

3. Pemasaran

Adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial⁶.

4. Pembiayaan modal kerja

Adalah pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan⁷.

- a. Peningkatan produksi, baik secara kuantitatif, yaitu jumlah hasil produksi maupun secara kualitatif, yaitu peningkatan kualitas dan mutu hasil produksi.
- b. Untuk keperluan perdagangan atau peningkatan perlengkapan kantor (*utility of place*) dari suatu barang.

5. Musyarakah

Adalah akad kerjasama antar dua belah pihak atau lebih untuk usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan⁸.

6. BMT

Adalah lembaga keuangan mikro yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.

⁶Basu Swasta Dh dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 1999), hlm 5

⁷Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001), hal 10

⁸HM. Dumairi Nor, dkk, *Ekonomi Syariah Versi Salaf*, (Jatim: Pustaka Sidogiri, 2008), hlm 85

Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbandingan yang akan diteliti
Asma Kumalasari ⁹	Strategi <i>Syariah Marketing</i> Dalam Penjaringan Nasabah (Studi Kasus di BMT Bahtera Group Unit Warungasem)	Jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>) dan pustaka, teknik penelitian menggunakan wawancara mendalam dan observasi.	Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Bahtera Group Unit Warungasem belum sepenuhnya sesuai dengan konsep strategi pemasaran syariah. Tetapi prinsip dari pemasaran syariah telah diusahakan untuk dijalankan oleh karyawan BMT Bahtera Group, prinsip tersebut antara lain: kejujuran, keadilan dan transparansi.	Penelitian yang dilakukan Asma Kumalasari, menjelaskan tentang strategi <i>syariah marketing</i> menjual suatu produk baik yang bergerak di bidang jasa maupun non jasa, sehingga produk yang ditawarkan dapat terjual dan diminati konsumen, sedangkan penulis meneliti tentang cara pemasaran khususnya pada produk pembiayaan modal kerja musyarakah yang ada di BMT Nurussa'adah dan BMT Minna lana.
Umifah Oktania ¹⁰	Strategi Komunikasi Pemasaran	Jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>), teknik	Cara BMT SMNU dalam melakukan pemasaran terhadap kepuasan nasabah dengan melihat	Penelitian yang dilakukan oleh Umifah Oktania menjelaskan tentang strategi komunikasi pemasaran

⁹ Asma Kumalasari, *Strategi Syariah Marketing dalam Penjaringan Nasabah (Studi Kasus Di BMT Bahtera Group Unit Warungasem)*, (Pekalongan: STAIN, 2008), tugas akhir tidak diterbitkan, hlm.18

¹⁰ Umifah Oktania, *Strategi Komunikasi Pemasaran terhadap Kepuasan Nasabah BMT SMNU Kota Pekalongan*, (Pekalongan, STAIN 2009), tugas akhir tidak diterbitkan, hlm.50

Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbandingan yang akan diteliti
	<p>Terhadap Kepuasan Nasabah BMT SMNU Kota Pekalongan</p>	<p>penelitian menggunakan wawancara mendalam dan observasi.</p>	<p>situasi pasar sekarang maupun yang akan datang. Artinya pemasar harus cepat tanggap akan keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Pemasar juga harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibanding dengan produk lainnya. tidak hanya itu saja, pemasar juga harus menginformasikan kelemahan dari produk tersebut agar calon nasabah tidak merasa tertipu.</p>	<p>terhadap kepuasan nasabah dengan melihat situasi pasar, sedangkan penulis meneliti tentang cara pemasaran khususnya pada produk pembiayaan modal kerja musyarakah yang ada di BMT Nurussa'adah dan BMT Minna lana.</p>
Nia Sofiana ¹¹	<p>Strategi Pemasaran Produk Asuransi Pendidikan di</p>	<p>Jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>), teknik penelitian</p>	<p>strategi pemasaran yang dilakukan oleh AJB Bumi Putra Syariah menerapkan beberapa hal antara lain: Pasar Sasaran (<i>target market</i>),</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Nia Sofiana menjelaskan tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh asuransi pendidikan di AJB Bumi</p>

¹¹ Nia Sofiana, *Strategi Pemasaran Produk Asuransi Pendidikan di AJB Bumi Putera Syariah Cabang Pekalongan*, (Pekalongan, STAIN 2011), tugas akhir tidak diterbitkan, hlm.59

Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbandingan yang akan diteliti
	<p>AJB Bumi Putera Syariah Cabang Pekalongan</p>	<p>menggunakan wawancara mendalam dan observasi.</p>	<p>dan Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>).</p>	<p>Putera memperhatikan beberapa factor antara lain pasar sasaran (target market) dan bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>).sesuai dengan teknis yang berlaku di lembaga keuangan syariah pada umumnya dan asuransi pada khususnya yaitu sama. Sedangkan penulis meneliti tentang cara pemasaran khususnya pada produk pembiayaan modal kerja musyarakah yang ada di BMT Nurussa'adah dan BMT Minna lana serta metode yang digunakan peneliti yaitu : observasi, wawancara dan dokumentasi.</p>

Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbandingan yang akan diteliti
Nurul Khikmah ¹²	Strategi Pemasaran Produk Deposito di UJKS BMT Mitra Umat Pekalongan	Jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>), teknik penelitian menggunakan wawancara mendalam dan observasi.	Dalam memasarkan produk deposito UJKS BMT Mitra Umat Pekalongan menentukan segmentasi pasar yang sesuai dengan produk tersebut agar memudahkan dalam pemasarannya. Hal ini disebabkan BMT lebih banyak bergerak dalam sektor mikro yang target pemasarannya merupakan kalangan ekonomi bawah yang kebanyakan masih awam mengenai produk-produk perbankan.	Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khikmah menjelaskan tentang strategi pemasaran produk deposito dengan menganalisis calon nasabah melalui segmentasi pasar, dan bauran pemasaran. Sedangkan penulis meneliti tentang cara pemasaran khususnya pada produk pembiayaan modal kerja musyarakah yang ada di BMT Nurussa'adah dan BMT Minna lana serta metode yang digunakan peneliti yaitu : observasi, wawancara dan dokumentasi.
Fatkhatus Tsaniyah ¹³	Strategi Pemasaran	Jenis penelitian lapangan (<i>field</i>)	Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh BNI	Penelitian yang dilakukan oleh Fatkhatus Tsaniyah menjelaskan

¹² Nurul Khikmah, *Strategi Pemasaran Produk Deposito di UJKS BMT Mitra Umat Pekalongan*, (Pekalongan, STAIN 2010), tugas akhir tidak diterbitkan, hlm.47

¹³ Fatkhatus Tsaniyah, *Strategi Pemasaran Hasanah Card di BNI Syariah Cabang Pekalongan*, (Pekalongan, STAIN 2009), tugas akhir tidak diterbitkan, hlm.56

Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbandingan yang akan diteliti
Hendi Hidayat ¹⁵	Pembiayaan Murabahah di BMT Dana Syariah Batang	<i>research</i>), teknik penelitian menggunakan wawancara mendalam dan observasi.	menggunakan berbagai cara yaitu melakukan sosialisasi, melakukan promosi ke pasar-pasar dan bekerja sama dengan koperasi dalam rangka mensosialisasikan produk-produk syariah. Dan didalam menjalankan kegiatan/memenuhi permintaan pembiayaan mudharabah seorang nasabah, BMT Dana Syariah Batang menggunakan suatu proses/prosedur yang terencana agar didalam kegiatan pemenuhan pembiayaan dapat berjalan dengan lancar dan baik.	pemasaran melalui sosialisasi, melakukan promosi ke pasar-pasar dan bekerjasama dengan koperasi dalam rangka mensosialisasikan produk-produk syariah. Sedangkan penulis meneliti tentang cara pemasaran khususnya pada produk pembiayaan modal kerja musyarakah yang ada di BMT Nurussa'adah dan BMT Minna lana.
Hendi Hidayat ¹⁵	Strategi Pemasaran SMS	Jenis penelitian lapangan (<i>field</i>)	Dalam melakukan kegiatan pemasaran diperlukan adanya	Penelitian yang dilakukan oleh Hendi Hidayat, menjelaskan tentang strategi

¹⁵ Hendi Hidayat, *Strategi Pemasaran SMS Banking di PT. Bank Negara Indonesia Tbk. Divisi Usaha Syariah Kantor Cabang Pekalongan*, (Pekalongan, STAIN 2008), tugas akhir tidak diterbitkan, hlm.108

G. Kerangka Teori

Kerangka teori dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau batasan-batasan teori yang digunakan dalam pembuatan tugas akhir ini. penulis memberikan gambaran mengenai pengertian *Musyarakah* (syirkah) menurut etimologis berarti *al-ikhtilath* (percampuran) yang artinya campur atau percampuran. Maksud percampuran disini ialah seorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga tidak mungkin untuk dibedakan.¹⁶

Sedangkan menurut istilah, syirkah adalah keikutsertaan dua orang atau lebih dalam suatu usaha tertentu dengan sejumlah modal yang ditetapkan berdasarkan perjanjian untuk bersama-sama menjalankan suatu usaha dan pembagian keuntungan atau kerugian dalam bagian yang ditentukan. Atau akad kerjasama antar dua belah pihak atau lebih untuk usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (modal) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan-kesepakatan.¹⁷

Dalam pelaksanaan akad *musyarakah* dibagi menjadi dua macam yaitu:

1. *Syirkah Al-amlak* (perserikatan dalam pemilikan) adalah dua orang atau lebih yang memiliki harta bersama tanpa melalui atau didahului oleh akad syirkah. Ada dua macam yaitu *syirkah iktiar* dan *syirkah jabar*. *Syirkah iktiar* merupakan perserikatan yang muncul akibat tindakan hukum orang

¹⁶Sofiniyah Ghufon, *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah*, (Jakarta : Renaisan, 2005), hal.43

¹⁷Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Bagi Bankir dan Praktisi Keuangan*, (Jakarta : Tazkia Institute, 1999), hlm 143

yang berserikat, seperti dua orang yang bersepakat membeli barang atau mereka menerima hibah, wasiat atau wakaf. Sedangkan *syirkah jabar* merupakan sesuatu yang diterapkan menjadi milik dua orang atau lebih tanpa kehendak artinya, perserikatan itu terjadi secara paksa bukan atas keinginan orang yang berserikat.

2. *Syirkah Al ukud* yaitu akad yang disepakati dua orang atau lebih untuk meningkatkan diri dalam perserikatan modal dan keuntungannya, akad tersebut tercipta dengan cara kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa setiap dari mereka pun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian.¹⁸

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang memerlukan defisit unit. Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal yaitu pembiayaan produktif dan pembiayaan konsumtif, sedangkan pembiayaan produktif dapat dua hal yaitu pembiayaan modal kerja (PMK) dan pembiayaan investasi.

Pembiayaan modal kerja merupakan pembiayaan untuk modal kerja perusahaan dalam rangka pembiayaan aktiva lancar perusahaan, seperti pembelian bahan baku atau mentah bahan penolong atau pembantu, barang dagangan, biaya eksploitasi barang modal, piutang dan lain-lain. Macam-macam pembiayaan modal kerja antara lain sebagai berikut:

¹⁸Sofiniyah Ghufron. *Opcit*, hal 44

1. Pembiayaan Modal Kerja Ekspor¹⁹

Pembiayaan modal kerja ekspor merupakan pembiayaan modal kerja untuk membiayai:

a. *Pre shipment financing*, yaitu untuk membiayai:

- 1) Kegiatan dalam mengumpulkan barang-barang ekspor hingga dikapalkan untuk diekspor, atau juga disebut juga sebagai pembiayaan pengumpulan barang-barang ekspor termasuk pengolahan, penggudangan, pengepakan, dan pengapalan.
- 2) Produksi barang yang dimaksudkan untuk diekspor maupun pembelian/impor bahan yang akan diproduksi menjadi barang untuk diekspor.
- 3) Kegiatan produksi tertentu yang selama ini memasarkan produksinya di dalam negeri, tetapi sekarang mendapat pesanan.

b. *Post shipment financing*, yaitu pembiayaan untuk membiayai kebutuhan selama masa tenggang antara setelah barang dimuat di kapal dengan akseptasi wesel berjangka atau dibayarnya wesel tunai di luar negeri. Berdasarkan cara pembayaran ekspor yang berlaku di dalam perdagangan internasional, maka pemberian pembiayaan eksporin adalah sebagai berikut:

- 1) Pembayaran di muka (*advance payment*)
- 2) Ekspordengan L/C, yang dibedakan atas:

¹⁹Veithzal Rivai, Ariviyan Arifin. *Islamic Banking "Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi"*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010), hlm 718

- a. *Irrevocable banker's L/C-sight L/C*
- b. *Irrevocable banker's L/C-usance L/C*

3) Ekspor dengan weselinkaso (*Collection Draft*)

2. Pembiayaan Modal Kerja Perdagangan Dalam Negeri²⁰

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan modal kerja yang diberikan kepada pengusaha yang bergerak dibidang perdagangan dalam negeri yang telah memiliki izin usaha perdagangan. Sedangkan yang dimaksud dengan perdagangan dalam negeri adalah membeli dan menjual barang-barang untuk dan dari daerah pabean Indonesia. Perdagangan dalam negeri dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu: distribusi 9 bahan pokok dan perdagangan umum.

3. Pembiayaan Modal Kerja Industri

Pembiayaan modal kerja industri merupakan pembiayaan yang diberikan kepada pengusaha-pengusaha yang telah memiliki izin usaha (izin perdagangan dan izin industri) yang di maksud industri adalah usaha untuk menambah nilai guna sesuatu barang dengan melakukan pengubahan bentuk (*processing*) dari suatu atau beberapa bahan menjadi barang jadi atau setengah jadi. Jadi pengertian *processing* dalam industry meliputi:

- a. Bentuk setengah manufacturing, berarti menghasilkan barang yang belum siap pakai oleh konsumen, tetapi dapat dipakai sebagai bahan baku industri lain.

²⁰*Ibid.*, hlm. 719

- b. Bentuk manufacturing, menghasilkan barang jadi berarti menghasilkan barang yang siap pakai.
 - c. Bentuk perakitan.
4. Pembiayaan Modal Kerja Perkebunan, Kehutanan dan Peternakan
- a. Pembiayaan perkebunan merupakan pembiayaan pemeliharaan tanaman menghasilkan dan panen, pengolahan lahan dan penanaman serta pemeliharaan tanaman sampai pohon panen dan biaya pengolahan di pabrik sampai barang tersebut siap untuk dijual.
 - b. Pembiayaan kehutanan adalah pembiayaan mengumpulkan, mengolah hasil hutan sampai barang tersebut siap untuk dijual.
 - c. Pembiayaan peternakan adalah pembiayaan pembelian bibit, biaya pemeliharaan termasuk upah tenaga kerja dan biaya penjualan.
5. Pembiayaan Modal Kerja Prasarana Atau Jasa-Jasa²¹

Pembiayaan modal kerja prasarana atau jasa-jasa adalah pembiayaan modal kerja usaha-usaha prasarana yang meliputi pengangkutan darat, pengangkutan laut, pengangkutan udara, kontraktor atau pemborong bangunan, biro perjalanan, hotel, proyek pasar, ekspedisi muatan kapal laut (EMKL) dan jasa lainnya real estate.

²¹*Ibid.*, hlm. 720

H. Metode Penelitian

Metode penelitian tugas akhir ini terbagi dalam berbagai bagian antara lain:

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) artinya data penelitian diperoleh dari studi lapangan dengan cara mengamati, mencatat, dan mengumpulkan berbagai informasi dari data yang ditemukan di lapangan.²²

2. Pendekatan penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah jenis pendekatan kualitatif.²³ Pendekatan kualitatif adalah pendekatan dengan menyelidiki secara langsung dan lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah.

3. Data penelitian diperoleh dari sumber data berikut:

a. Sumber data primer

Sumber data primer dari penelitian ini diperoleh dengan mengadakan *interview* (wawancara) dan observasi pada bagian-bagian yang terkait di perusahaan diantaranya dengan mencari data dan informasi tentang strategi pemasaran modal kerja *musyarakah* dari pimpinan, manajer, dan praktisi (bagian pemasaran dan customer service).

²²SaifudinAzwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta :PustakaPelajar, 1999), hlm. 8

²³*Ibid.*, hlm 5

b. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya yaitu diperoleh dari pihak lain, bukan dari subjek penelitian. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang tersedia serta arsip-arsip.²⁴

4. Metode pengumpulan data

a. Observasi

Observasi yaitu teknik atau cara-cara menganalisa dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.²⁵ Teknik ini digunakan untuk memperoleh data seperti gambaran umum mengenai BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan, produk-produknya, sistem manajemen di BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan, dan yang lebih khusus lagi penulis mendatangi BMT tersebut untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan modal kerja *musyarakah*.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara yaitu pengumpulan data melalui tanya-jawab langsung dengan beberapa pihak yang dikerjakan secara sistematis sambil bertatap muka antara peneliti dengan responden.²⁶ Teknik ini digunakan untuk

²⁴*Ibid.*, hlm. 36

²⁵Ngalim Purwanto, *Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1998), hlm 193

²⁶Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), hlm. 212

memperoleh data tentang strategi pemasaran pembiayaan modal kerja *musyarakah* di BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan.

Wawancara akan dilakukan pada pihak-pihak yang dijadikan sumber data dalam penulisan atau penelitian ini yaitu materi yang akan digali adalah yang menyangkut persoalan pada tugas akhir ini, termasuk batasan-batasannya.

Dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung dengan manajer operasional BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan dan bagian customer service, untuk mengetahui semua yang dibutuhkan penulis dalam penelitian ini. Yaitu semua hal tentang strategi pemasaran pembiayaan modal kerja *musyarakah* di BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip baik buku-buku, teori, dalil-dalil, atau hukum-hukum dan lain-lain yang berhubungan.²⁷ Dalam hal ini data-data yang diambil berupa arsip-arsip tentang aplikasi prinsip-prinsip syariah dalam strategi pembiayaan modal kerja *musyarakah* di BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan.

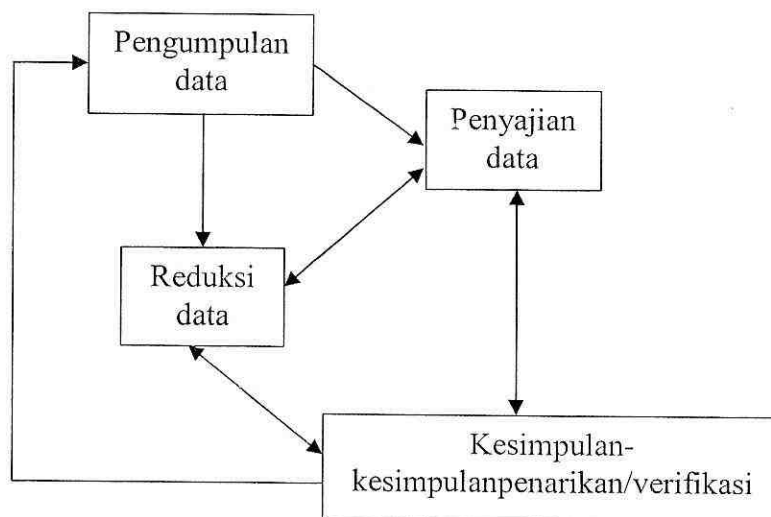
²⁷Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Lembaga Penelitian Fakultas Psikologi UGM, 1991), hlm. 42

5. Metode analisis data²⁸

Dalam menganalisis dan meneliti, penulis menggunakan analisis yang bersifat kualitatif yaitu data yang muncul berwujud kata-kata dengan menggunakan metode interaktif dan bukan rangkaian angka. Analisis data metode ini terdiri dari tiga alur kegiatan yang terdiri secara bersamaan.

- a. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyederhaaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
- b. Penyajian data sebagai kesimpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengamalan tindakan.
- c. Menarik kesimpulan atau verifikasi makna-makna yang muncul dan data yang harus diuji kebenarannya, kecocokannya.

Tiga alur kegiatan dalam analisis data kualitatif



²⁸Mathew B Milles, A Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta : UII press, 1992), hal 16

Untuk memperoleh hasil penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan kredibilitasnya maka penulis menggunakan logika berfikir induktif, yaitu metode yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus, peristiwa-peristiwa yang kongkret, kemudian fakta-fakta/peristiwa yang khusus. Kongkret itu ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum.

I. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran secara keseluruhan dari penyusunan tugas akhir ini, maka penulis memberikan sistematika penulisan yang terbagi dalam rangkaian dari beberapa bab yang pada setiap bab terdiri dari sub-sub bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN. Dalam Bab ini berisi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Penegasan Istilah, Tujuan Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI. Dalam Bab ini penulis membahas Strategi Pemasaran meliputi Pengertian, Tujuan, dan Konsep Strategi Pemasaran. Pembiayaan *Musyarakah* meliputi Pengertian *Musyarakah* dan Dasar Hukumnya, Jenis dan Hukum *Musyarakah* dalam Perbankan Islam.

BAB III PROFIL BMT NURUSSA'ADAH PEKALONGAN DAN BMT MINNA LANA PEKALONGAN. yang meliputi Latar Belakang Berdirinya, Visi, Misi, Tujuan, dan Produk yang dimiliki BMT Nurussa'adah Pekalongan dan BMT Minna Lana Pekalongan.

BAB IV STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MODAL KERJA *MUSYARAKAH* DI BMT NURUSSA'ADAH PEKALONGAN DAN BMT MINNA LANA PEKALONGAN. Membahas tentang Strategi dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja *Musyarakah* dan Implikasi Pelaksanaan Strategi Terhadap Produk Pembiayaan Modal Kerja *Musyarakah*.

BAB V PENUTUP berisi tentang Kesimpulan dan Saran dari hasil penelitian tugas akhir.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis membahas beberapa bab di atas tentang strategi pemasaran produk pembiayaan modal kerja musyarakah di BMT Nurussa'adah dan BMT Minna Lana Pekalongan baik secara teori maupun hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan strategi pemasaran produk pembiayaan modal kerja musyarakah di BMT Nurussa'adah dan BMT Minna Lana Pekalongan, yaitu belum sepenuhnya dijalankan sehingga pada tahun 2010-2011 hanya mengalami peningkatan sedikit dibandingkan dengan pada tahun 2011-2012 yang cukup signifikan. konsep dan strategi pemasaran pada umumnya kedua BMT melalui konsep kebutuhan, keinginan, permintaan dan produk. Serta pada strategi pemasaran meliputi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi pendistribusian barang dan strategi untuk menjalankan promosi.
2. Implikasi pelaksanaan strategi terhadap pemasaran produk pembiayaan modal kerja musyarakah di BMT Nurussa'adah dan BMT Minna Lana Pekalongan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi pembiayaan syariah cukup prospektif sebagai salah satu alternatif penguatan usaha, sedangkan faktor eksternal meliputi kepercayaan masyarakat terhadap minat produk pembiayaan musyarakah,

B. Saran-saran

Setelah kesimpulan penulis ingin menyampaikan saran-saran yang membangun kita bersama, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Kepada seluruh masyarakat Indonesia yang mayoritas agama Islam untuk dapat memahami atau mendalami pentingnya ekonomi berdasarkan syariah yaitu menggunakan bentuk-bentuk muamalah lembaga keuangan syariah bebas bunga dan berprinsip bagi hasil.
2. Perlu adanya diferensiasi produk terhadap pembiayaan musyarakah agar lebih menarik dan lebih spesifik terhadap minat nasabah sehingga berpengaruh terhadap penambahan jumlah pembiayaan.
3. Hubungan antar nasabah dengan karyawan BMT tidak hanya sekedar debitur saja, tetapi juga hubungan kekeluargaan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.
- Widodo, Hertanto. Et.al. 1999. *Panduan Praktis Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Bandung: Mizan.
- Suwiknyo, Dwi. 2010. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ivan. 2005. Rahmawan A, *Kamus Istilah Akuntansi Syariah Cet 1v* Yogyakarta: Pilar Media.
- Anoraga, Pandji. 2000. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Ciptav
- Swastaw Basu Dh dan Irawanv 1999. *Manajemen Pemasaran Modernv* Yogyakarta: Liberty.
- Antonio, Muhammad Syafii. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Nor, HM. Dumairi, dkk. 2008. *Ekonomi Syariah Versi Salaf*. Jatim: Pustaka Sidogiri.
- Ghufron, Sofiniyah. 2005. *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 1999. *Bank Bagi Bankir dan Praktisi Keuangan*. Jakarta: Tazkia Institute.
- Rivai, Veithzal dan Ariviyani Arifin. 2010. *Islamic Banking "Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi"*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Azwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purwanto, Ngalm. 1998. *Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*. Bandung: Remaja Rosada Karya.
- Nazir, Mohammad. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nawawi, Hadari. 1991. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian Fakultas Psikologi UGM.

Milles, Mathew B dan A Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UII press.

B. Penelitian Tugas Akhir

Fitriyani, Nunik. 2009. *Efektifitas Pembiayaan Musyarakah terhadap Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) DI BMT An- Najah Wiradesa Pekalongan*. Pekalongan: Tugas Akhir D3 Perbankan syariah STAIN Pekalongan.

Istikharoh. 2010. *Risiko Akad Murabahah pada Koperasi Simpan Pinjam Jasa Syariah Cabang Pekalongan*. Pekalongan: Skripsi STAIN Pekalongan.

Jannah, Niswaton. 2009. *Implementasi Akad Pembiayaan Musyarakah di UJKS BMT Mitra Umat Pekalongan Tahun 2006-2008*. Pekalongan: Skripsi STAIN Pekalongan.

Mahmudah. 2007. *Realisasi Penanaman Dana Musyarakah di BNI Syariah Pekalongan*. Pekalongan: Tugas Akhir D3 Perbankan syariah STAIN Pekalongan.

Nuhnillah. 2007. *Sistem Pembiayaan Musyarakah di BMT Syariat Muamalat Comal*. Pekalongan: Tugas Akhir D3 Perbankan syariah STAIN Pekalongan.

Ruliyah. 2010. *Strategi Manajemen Risiko Pembiayaan di BNI Syariah cabang Pekalongan*. Pekalongan: Tugas Akhir D3 Perbankan syariah STAIN Pekalongan.

Wati, Dian Retno. 2009. *Implementasi Manajemen Risiko Baitul Maal Wat Tamwil An- Najah Wiradesa*. Pekalongan: Tugas Akhir D3 Perbankan syariah STAIN Pekalongan.

C. Wawancara

Wawancara dengan Yusuf Arinal Huda (Selaku Manajer) dan Bustomi Ardi (Bag. Pembiayaan), BMT Nurussa'adah Pekalongan

Wawancara dengan Bapak Zaenul Abror, (Selaku Manager), BMT Minna Lana Pekalongan.

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara dengan pihak BMT Nurussa, adah dan BMT Minna Lana

1. Sejak kapan produk pembiayaan modal kerja *Musyarakah* ada di BMT ?
2. Syarat apa saja yang harus dipenuhi dalam pemberian pembiayaan modal kerja *Musyarakah*?
3. Bagaimana mekanisme pemberian pembiayaan modal kerja *Musyarakah*?
4. Bagaimana BMT memaknai pentingnya sebuah pemasaran dalam menjalankan sistem operasional perusahaan ?
5. Dalam memasarkan produk, problem apa saja yang dihadapi oleh BMT ?
6. Apakah ada problem khusus dalam memasarkan produk pembiayaan modal kerja *Musyarakah* dibandingkan dengan produk lain ?
7. Pangsa pasar bagi BMT ditujukan untuk kalangan apa saja dalam memasarkan produk pembiayaan modal kerja *Musyarakah* ?
8. Apakah BMT melakukan kampanye pemasaran? Seberapa pentingkah kampanye pemasaran bagi BMT?
9. Strategi apa saja yang dilakukan untuk menarik nasabah ?
10. Apa yang membedakan strategi pemasaran dengan produk simpanan dengan produk pembiayaan ?
11. Seberapa pentingkah arti nasabah bagi kelangsungan BMT ?
12. Upaya apa saja yang ditempuh untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah?
13. Upaya apa saja yang dilakukan pihak BMT dalam memenuhi kebutuhan nasabah ?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama lengkap : Arief Wicaksono
Jenis kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Alamat : Pekajangan Gg.5 No.7 Kedungwuni Pekalongan

Riwayat Pendidikan :

SD Muhammadiyah 03 Pekajangan 2003
SMP Muhammadiyah Pekajangan 2006
SMA Muhammadiyah 01 Pekajangan di Pekalongan 2009
D3 Perbankan Syariah STAIN Pekalongan 2014

B. DATA ORANG TUA

Ayah Kandung : Alm H. Taulan Castro
Ibu kandung : Hj. Rusmini
Pekerjaan : Wiraswasta
Agama : Islam
Alamat : Pekajangan Gg.5 No.7 Kedungwuni Pekalongan