

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK  
PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BAITUL MAAL WA  
TAMWIL**

(Studi Kasus Di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal  
Wa Tamwil* Ben Sejahtera Kroya)

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah**

Disusun Oleh:

**ELLIN SINTA DEWI**

**C3170011**

Dosen Pembimbing:

**Dr. H. ERY SUPRIYADI R, Ir., MT**

**NURJAMIL, SH.I., MH**



**KONSENTRASI PERBANKAN SYARIAH**

**PRODI EKONOMI SYARIAH**

**INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA**

**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pembiayaan *Murabahah* pada *Baitul Maal wa Tamwil*

(Studi Kasus Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Ben Sejahtera Kroya)

**Nama Mahasiswa** : Ellin Sinta Dewi

**Nomor Pokok** : C3170011

**Program Studi** : Ekonomi Syariah

**Konsentrasi** : Perbankan Syariah

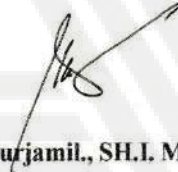
### MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing 1



(Dr. H. Ery Supriyadi R., Ir., MT)

Pembimbing 2



(Nufjamil., SH.I. MH)

Direktur Program Studi Ekonomi Syariah



  
(Dr. H. Inna Risnaningsih, SE., M.Si)

**PEDOMAN LITERASI**  
**KEPUTUSAN BERSAMA**  
**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN**  
**KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

**A. Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 1: Tabel Transliterasi Konsonan

Konsonan				Nama	Alih Aksara	Nama
Akhir	Tengah	Awal	Tunggal			
	ا		ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ب -	- ب	ب	Ba	B/b	Be
ت	ت -	- ت	ت	Ta	T/t	Te
ث	ث -	- ث	ث	Ša	Š/š	Es (dengan titik di atas)

ج	ح	خ	ج	Jim	J/j	Je
ح	ح	ح	ح	Ḥa	H/h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	خ	خ	خ	Kha	Kh/kh	Ka dan ha
د	د	د	د	Dal	D/d	De
ذ	ذ	ذ	ذ	Ḍal	Ḍ/ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	ر	ر	ر	Ra	R/r	Er
ز	ز	ز	ز	Zai	Z/z	Zet
س	س	س	س	Sin	S/s	Es
ش	ش	ش	ش	Syin	Sy/sy	Es dan ye
ص	ص	ص	ص	Ṣad	Ṣ/ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ض	ض	ض	Ḍad	Ḍ/ḏ	De (dengan titik dibawah)
ط	ط	ط	ط	Ṭa	Ṭ/ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ظ	ظ	ظ	Ẓa	Ẓ/ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	ع	ع	ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	غ	غ	غ	Gain	G/g	Ge
ف	ف	ف	ف	Fa	F/f	Ef
ق	ق	ق	ق	Qof	Q/q	Qi
ك	ك	ك	ك	Kaf	K/k	Ka
ل	ل	ل	ل	Lam	L/l	El

م	هـ	م	م	Mim	M/m	Em
ن	ن	ن	ن	Nun	N/n	En
و		و		Wau	W/w	We
هـ	هـ	هـ	هـ	Ha	H/h	Ha
ء				Hamzah	—'	Apostrof
ي	ي	ي	ي	Ya	Y/y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monofong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dammah	U	U

## **RIWAYAT HIDUP**

**Ellin Sinta Dewi**, dilahirkan pada tanggal 11 Maret 2000 di Cilacap, sebagai anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Teguh Hadi Prayitno dan Ibu Sawi Ragil Saputri. Adapun pendidikan yang telah ditempuh peneliti sebagai berikut:

1. Tahun 2011 lulus SD Negeri Banjarwaru 2, Kabupaten Cilacap
2. Tahun 2014 lulus SMP Negeri 1 Nusawungu, Kabupaten Cilacap
3. Tahun 2017 lulus SMA Negeri 1 Kroya, Kabupaten Cilacap

Pada tahun 2017 mendaftarkan diri sebagai mahasiswa Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) di Jatinangor, Sumedang pada jurusan S1 Ekonomi Syariah Konsentrasi Perbankan Syariah. Selama mengikuti pendidikan di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) peneliti aktif di organisasi kemahasiswaan yaitu beberapa diantaranya:

1. Bendahara Himpunan Mahasiswa Ekonomi Syariah 2019-2020

## ABSTRACT

*Ellin Sinta Dewi (2021), Analysis of Sharia Marketing Strategy in Increasing Sales Volume of Murabahah Financing Product at Baitul Maal wa Tamwil (BMT, case study on the Sharia Financing Savings and Loans Cooperative Baitul Maal wa Tamwil which is located at Jalan Sindoro No. 1 Kroya, Kroya, Cilacap, Central Java under direction of Mr. Ery Supriyadi Rustidja and Mr. Nurjamil.*

*This research is motivated by a decrease in the volume of financing sales in murabahah financing products. To improve again, an analysis is carried out using a sharia marketing strategy.*

*The goal this study is to find an overview of the islamic marketing strategy to increase the sales of volume of Murabahah financing, a case study with descriptive analysis using a qualitative approach. Data collection by collecting data through interview, observation, questionnaires, documentation and will be processed in Rank Spearman Correlation.*

*The results of this study indicate that the marketing strategy applied is classified as good with a total score of 7,554 of the 22 indicators studied, there are 3 indicators that have fairly good criteria, namely price and installments. As for the assessment of member responses regarding sales volume, the highest is the purchase frequency indicator with a score of 398 and the lowest is the promotion indicator with a score of 299, with factors that can increase the sales volume of murabahah financing products including members' tastes, conditions and ability to sell, reduce discounted prices and promotions. The strategy that can increase sales volume is to identify members with 5C (character, capital, collateral, capacity, condition), establish good relations with members.*

*Based on the calculation using SPSS 26, showed that the correlation coefficient between variable marketing strategy and sales volume is 0,571, meaning that there is a moderate correlation between Islamic marketing strategy and sales volume in a positive direction. The positive meaning shows that the better the marketing strategy applied, the better it is to increase sales volume.*

*Keywords: Marketing Strategy, Murabahah Financing, Sales Volume*

## RINGKASAN

**Ellin Sinta Dewi (2021)**, Analisis Startegi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pembiayaan *Murabahah* pada *Baitul Maal wa Tamwil*, study kasus pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* yang beralamat di Jalan Sindoro No. 1 Kroya, Kroya, Cilacap, Jawa Tengah di bawah bimbingan Bapak Ery Supriyadi Rustidja dan Bapak Nurjamil.

Penelitian ini dilatar belakangi dari adanya penurunan volume penjualan pembiayaan pada produk pembiayaan *murabahah*. Untuk meningkatkan kembali maka dilakukan analisis dengan menggunakan strategi pemasaran syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dari startegi pemasaran syariah untuk meningkatkan volume penjualan pembiayaan *murabahah*. Metode penelitian yang digunakan ialah menggunakan studi kasus dengan analisis deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dengan mengumpulkan data melalui interview, observasi, kuesioner, dokumentasi dan akan dilakukan dengan menggunakan korelasi *Rank Spearman*.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan tergolong baik dengan total skor sebesar 7.554 dari 22 indikator yang diteliti ada 3 indikator mempunyai kriteria cukup baik yaitu harga dan angsuran. Sedangkan untuk penilaian tanggapan anggota mengenai volume penjualan yang paling tinggi adalah indikator frekuensi pembelian dengan skor 398 dan terendah pada indikator promosi dengan skor 299, dengan faktor-faktor yang dapat meningkatkan volume penjualan produk pembiayaan *murabahah* diantaranya ialah selera anggota, kondisi dan kemampuan menjual, menurunkan harga dengan potongan dan melakukan promosi adapun strategi yang dapat meningkatkan volume penjualan ialah mengenali anggota dengan 5C (*character, capital, collateral, capacity, condition*), menjalin hubungan baik dengan anggota.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus SPPS versi 26 menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel startegi pemasaran syariah dengan volume penjualan sebesar 0,571, artinya ada korelasi yang sedang antara strategi pemasaran syariah dengan volume penjualan dengan arah positif. Makna positif menunjukkan smakin baik strategi pemasaran yang diterapkan maka semkain baik meningkatkan volume penjualan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Pembiayaan *Murabahah*, Volume penjualan



## KATA PENGANTAR

Segala puji beserta syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi ini yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam meningkatkan Volume Penjualan Produk Pembiayaan *Murabahah* pada *Baitul Maal wa Tamwil*”** yang ialah studi kasus pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Ben Sejahtera Kroya, dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S1), Institut Koperasi Indonesia dan peneliti mendedikasikan penulisan skripsi ini untuk kedua orangtua dan keluarga yang telah membesarkan, memberikan kasih sayang dan semangat

Terimakasih kepada orangtua tercinta (Bapak Teguh Hadi Prayitno dan Ibu Sawi Ragil Saputri) atas segala pengorbanan, bimbingan serta do'a tiada hentinya, dukungan baik secara moral maupun materi, serta adik tercinta (Diva Agil Anggraeni) yang selalu menyemangati dan mendoakan sampai terselesaikan skripsi ini.

Tidak hanya dari keluarga, di dalam penyusunan skripsi ini, banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, disampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya, kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. H. Ery Supriyadi Rustidja, MT selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

2. Bapak Nurjamil, SH.I., MH selaku Dosen Pembimbing II yang selalu menyempatkan waktu, memberikan arahan, motivasi, bimbingan, saran serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ir. H. Dady Nurpady, MP selaku Dosen Penelaah Koperasi yang telah memberikan arahan serta masukan dalam penulisan kepada peneliti.
4. Hj. Siti Nurhayati, Lc., M.A. selaku Dosen Penelaah Konsentrasi yang telah memberi arahan serta masukan dalam penulisan kepada peneliti.
5. Bapak Abdul Hakim, S. Ag, M. Ag. M. Pd Selaku Dosen Perbankan yang telah memberikan arahan, motivasi serta semangat dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen IKOPIN yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staf karyawan/wati IKOPIN khususnya Prodi Ekonomi Syariah yang telah memberikan semangat serta membantu peneliti dengan sabar selama menjadi mahasiswa di IKOPIN.
8. Seluruh pengurus dan Karyawan KSPPS BMT Ben Sejahtera Kroya yang telah memberikan informasi kepada peneliti.
9. Teman-teman seperjuangan Atshila Rahmawati Alhamid, Fitri Rahmatia Alkarim, Rajab, Trisa Rezqia, Frita Azalea Zahra, Tati Nurhayati, Alvira Cika Pratiwi, Hesti Apriliani, Irvan Yogaswara, Agustini Solihatin, dan Nunung Nurhilal.
10. Teman-teman satu bimbingan yang senantiasa saling mengingatkan dan memberikan dukungan selama proses menyelesaikan skripsi ini.

11. Sahabat tersayang Selmie Wirrantilana, Zahratunnisa, Mita Pratiana, Riva Salsabila Lathifah, Dini Evita Sari yang selalu bersama-sama dalam suka maupun duka, selalu memberikan dukungan dan semangat.
12. Sahabat tersayang Oktaviani Dian Saputri, Hana Nurlita, Dwi Amanda, Rizqi Nur Anis yang selalu ada cerita di setiap pertemuannya dan memberikan semangat.
13. Teman-teman Pengurus Himpunan Mahasiswa Ekonomi Syariah seluruhnya, yang telah memberikan pengalaman yang berharga.
14. Kakak tingkat dan Adik-adik Ekonomi Syariah yang telah memberikan semangat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti sehingga terselesainya skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna banyak kekurangan. Saran dan kritik yang diberikan sangat berharga dan membantu dalam penelitian selanjutnya. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti dan bagi pembaca pada umumnya.

Jatinangor, 31 Agustus 2021

Ellin Sinta Dewi

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PEDOMAN LITERASI.....</b>	<b>ii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	8
<b>1.4 Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	9

**BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....10**

2.1 Pendekatan Masalah.....10

2.1.1 Pendekatan Perkoperasian .....10

2.1.2 Pendekatan Koperasi Syariah .....16

2.1.3 Pendekatan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) .....18

2.1.4 Pendekatan Strategi Pemasaran .....25

2.1.5 Pendekatan Pembiayaan *Murabahah* .....37

2.1.6 Kaidah Fikih yang berkaitan dengan Jual Beli .....43

2.1.7 Pendekatan Volume Penjualan .....44

2.1.8 Review Studi Terdahulu .....46

2.2 Metode Penelitian.....47

2.2.1 Metode penelitian yang digunakan .....47

2.2.2 Sumber Data dan Cara Menentukannya .....48

2.2.3 Rancangan Analisis Data.....49

2.2.4 Data Yang Diperlukan .....51

2.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....53

2.2.6 Tempat Penelitian .....56

2.2.7 Jadwal Penelitian .....56

**BAB III KEADAAN UMUM DAN TEMPAT PENELITIAN.....57**

3.1 Keadaan Umum BMT Ben Sejahtera .....57

3.1.1 Sejarah Singkat BMT Ben Sejahtera .....57

3.1.2 Lokasi BMT Ben Sejahtera .....58

3.1.3	Visi dan Misi BMT Ben Sejahtera .....	58
3.1.4	Tujuan BMT Ben Sejahtera.....	59
3.1.5	Struktur Organisasi dan Manajemen BMT Ben Sejahtera .....	60
3.2	Keanggotaan BMT Ben Sejahtera .....	66
3.3	Kegiatan Usaha BMT Ben Sejahtera .....	68
3.3.1	<i>Baitul Maal</i> .....	69
3.3.2	<i>Baitul Tamwil</i> .....	70
3.3.3	Syarat Pengajuan Pembiayaan.....	72
3.3.4	Skema pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	73
3.3.5	Mekanisme Pembiayaan <i>Murabahah</i> di KSSPS BMT Ben .....	74
3.4	Keadaan Permodalan dan Keuangan BMT Ben Sejahtera .....	75
3.4.1	Keadaan Permodalan BMT Ben Sejahtera .....	75
3.4.2	Keadaan Keuangan BMT Ben Sejahtera .....	76
3.4.3	Sisa Hasil Usaha BMT Ben Sejahtera .....	81
3.5	Implementasi Jati Diri Koperasi .....	82
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>91</b>
4.1	Strategi Pemasaran Syariah Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada KSPPS BMT Ben Sejahtera .....	91
4.2	Faktor yang dapat meningkatkan Volume Penjualan Pembiayaan <i>Murabahah</i> di KSPPS BMT Ben Sejahtera.....	119
4.3	Strategi yang digunakan untuk meningkatkan Pemasaran Syariah Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada KSPPS BMT Ben Sejahtera.....	126
4.4	Hubungan antara Strategi Pemasaran Syariah dengan Volume Penjualan Pembiayaan <i>Murabahah</i> di KSPPS BMT Ben Sejahtera .....	130

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>138</b>
5.1 Simpulan .....	138
5.2 Saran .....	141
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>142</b>



IKOPIN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Anggota yang memilih Pembiayaan <i>Murabahah</i> Tahun 2018-2020 .....	5
Tabel 1.2 Keadaan Jenis Pembiayaan <i>Murabahah</i> Tahun 2018-2020.....	6
Tabel 2.1 Review Penelitian terdahulu .....	47
Tabel 2.2 Kriteria Tingkat Hubungan .....	51
Tabel 2.3 Operasionalisasi Variabel .....	50
Tabel 2.4 Kriteria Penilaian Jawaban Indikator Strategi Pemasaran .....	52
Tabel 2.5 Rekapitulasi Penilaian Anggota Tentang Pelaksanaan Indikator Strategi Pemasaran.....	53
Tabel 2.6 Kelas Interval Penilaian Pelaksanaan Masing-masing Indikator Strategi Pemasaran.....	55
Tabel 2.7 Kelas Interval Variabel Strategi Pemasaran KSPPS BMT Ben Sejahtera Kroya.....	56
Tabel 3.1 Perkembangan Jumlah SP dan SW tahun 2018-2020.....	67
Tabel 3.2 Data Partisipasi Pembiayaan Anggota .....	68
Tabel 3.3 Perkembangan Modal KSPPS BMT Ben Sejahtera.....	76
Tabel 3.4 Penilaian Rasio Likuiditas .....	77
Tabel 3.5 Perkembangan Rasio Likuiditas Tahun 2018-2020.....	77
Tabel 3.6 Penilaian rasio Solvabilitas .....	78
Tabel 3.7 Perkembangan Rasio Solvabilitas.....	79



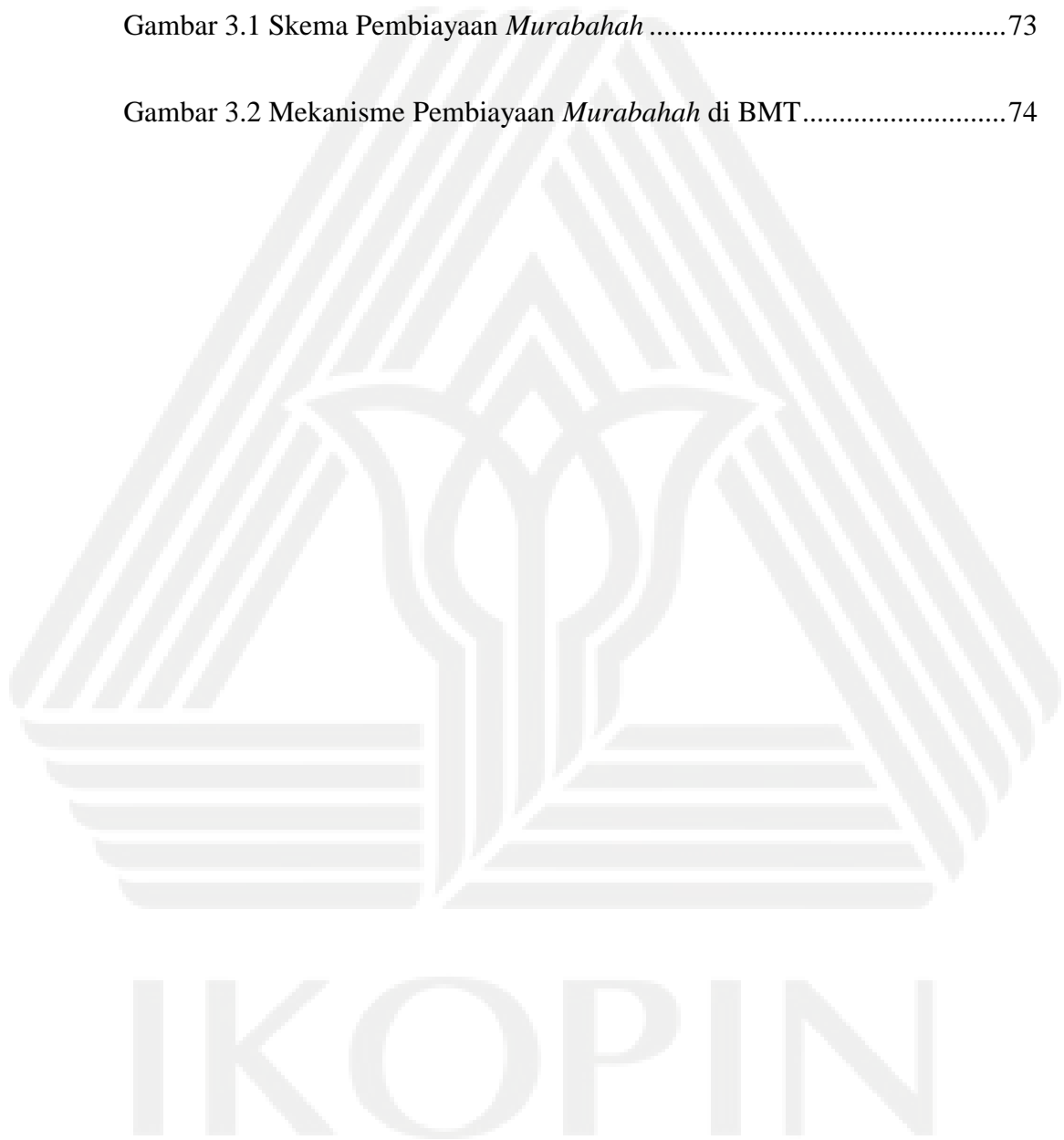
Tabel 3.8 Penilaian Rasio Rentabilitas.....	80
Tabel 3.9 Perkembangan Rasio Rentabilitas.....	80
Tabel 4.1 Jumlah Responden Memilih Pembiayaan .....	93
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator Produk sesuai dengan aturan syariah.....	93
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator Kualitas Produk Sangat Baik .....	94
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator Anggota memahami tentang akad.....	94
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan.....	95
Tabel 4.6 Rekapitulasi pada Indikator Produk.....	95
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator harga yang ditawarkan sama dengan lembaga keuangan lainnya.....	98
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator margin sesuai harapan.....	99
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator harga bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.....	99
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator angsuran perbulan.....	100
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator harga angsuran tidak lancar.....	100
Tabel 4.12 Rekapitulasi Skor Tentang indikator Harga.....	101
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator Promosi Produk dengan media Iklan .....	102

Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator produk yang ditawarkan sesuai .....	102
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator Kurangnya Media Promosi .....	103
Tabel 4.16 Rekapitulasi Skor Tentang Indikator Promosi .....	103
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator lokasi startegis dan mudah dijangkau .....	106
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden tentang indikator waktu tempuh tidak memakan waktu lama .....	106
Tabel 4.19 Rekapitulasi Skor Tentang Indikator Tempat .....	107
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden Tentang Indikator Pelayanan ..	108
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden Tentang Indikator informasi produk .....	108
Tabel 4.22 Rekapitulasi Skor Tentang Indikator Orang .....	109
Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden Tentang Indikator Desain Interior.....	110
Tabel 4.24 Distribusi Jawaban Responden Tentang Indikator fasilitas memadai .....	111
Tabel 4.25 Distribusi Jawaban Responden Tentang Penampilan Karyawan .....	111
Tabel 4.26 Rekapitulasi Skor Tentang Indikator Bukti Fisik .....	112
Tabel 4.27 Distribusi Jawaban Responden Indikator akad sesuai .....	113
Tabel 4.28 Distribusi Jawaban Responden Tentang Indikator alur pengajuan cepat .....	114

Tabel 4.29 Distribusi Jawaban Responden syarat pembiayaan sangat mudah.....	114
Tabel 4.30 Rekapitulasi Skor Tentang Indikator Proses.....	115
Tabel 4.31 Rekapitulasi skor tanggapan dari startegi pemasaran <i>Murabahah</i> .....	116
Tabel 4.32 Volume penjualan <i>Murabahah</i> Tahun 2018-2020.....	119
Tabel 4.33 Distribusi Jawaban Responden tentang Penggunaan Promosi .	121
Tabel 4.34 Distribusi Jawaban Responden tentang margin sesuai kemampuan .....	121
Tabel 4.35 Distribusi Jawaban Responden tentang nilai pembiayaan meningkat.....	122
Tabel 4.36 Distribusi Jawaban Responden tentang frekuensi pembelian ...	123
Tabel 4.37 Rekapitulasi Skor tentang Indikator Volume Penjualan .....	123
Tabel 4.38 Validitas Variabel Produk.....	131
Tabel 4.39 Validitas Variabel Harga.....	131
Tabel 4.40 Validitas Variabel Tempat .....	132
Tabel 4.41 Validitas Variabel Promosi .....	132
Tabel 4.42 Validitas Variabel Orang .....	133
Tabel 4.43 Validitas Variabel Proses .....	133
Tabel 4.44 Validitas Variabel Bukti Fisik.....	134
Tabel 4.45 Hasil Uji Reabilitas .....	136
Tabel 4.46 Hasil Uji Rank Spearman.....	136

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi BMT Ben Sejahtera.....	60
Gambar 3.1 Skema Pembiayaan <i>Murabahah</i> .....	73
Gambar 3.2 Mekanisme Pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT.....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	145
Lampiran 2 Pedoman Wawancara .....	148
Lampiran 3 Tabulasi Hasil Data Responden.....	150
Lampiran 4 Hasil Output SPSS.....	155
Lampiran 5 Neraca Perbandingan.....	161
Lampiran 6 Sisa Hasil Usaha .....	162
Lampiran 7 Dokumentasi Pengambilan Data .....	163



IKOPIN