

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
MURABAHAH DAN MUDHARABAH PADA KOPERASI
USAHA BERSAMA TIJAROTUN THOYIBAH PADA
MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU
MENURUT EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi sebagai syarat guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

MELATI JULIA ROIKHANI
NIM. 11720524915

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYAR'IAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU – PEKANBARU
1442 H/2021 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Dan Mudharabah Pada Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Islam**, yang ditulis oleh:

NAMA : MELATI JULIA ROIKHANI

NIM : 11720524915

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 3 Maret 2021

Pembimbing Skripsi

Dr. Heri Sunandar, M.CL
NIP : 196608031993031004

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DAN MUDHARABAH PADA KOPERASI USAHA BERSAMA TIJAROTUN THOYIBAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENURUT EKONOMI ISLAM”, yang ditulis oleh:

Nama : MELATI JULIA ROIKHANI
 NIM : 11720524915
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 22 Maret 2021
 Waktu : 08.30 WIB
 Tempat : Ruang Peradilan Semu Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 24 Maret 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, MM

Sekretaris
Afrizal Ahmad, M.Sy

Penguji I
Dr. Suhayib, M.Ag.

Penguji II
Muhammad Nurwahid, MA

Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.
 NIP. 19580712 1986031 005

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah pada Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah Pada Masa Pandemi Covid-19 menurut Ekonomi Islam**”. Lokasi penelitian ini berada pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah di kecamatan Bangkinang Kota. Penelitian ini adalah penelitian lapangan, populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan serta nasabah koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah yang berjumlah 100 orang. Dari populasi tersebut, penulis mengambil sampel dengan metode purposive sampling, yaitu pengambilan sampel data dengan pertimbangan tertentu, maksudnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan.

Persoalan pokok dari penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah yang diterapkan koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi Covid-19, apa saja kendala– kendala yang dihadapi koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah dalam pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah, dan bagaimanakan tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada masa pandemi Covid-19, kendala yang dihadapi serta tinjauan ekonomi Islamnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kualitatif. Metodologi penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah yang dilakukan koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah yaitu meliputi strategi produk, strategi tempat, strategi harga, dan strategi promosi atau yang biasa disebut dengan bauran pemasaran 4p. Dalam menganalisa kemampuan nasabah, koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah menggunakan analisa 5C yang meliputi *character, capacity, capital, condition of economic, dan collateral*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Murabahah, Mudharabah



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Alhamdulillah rabbil'alamin segala puji bagi Allah SWT atas berbagai macam kenikmatan yang Allah berikan kepada kita semua, dan yang paling utamanya nikmat berupa nikmat hidayah yang kita rasakan. Bersyukur kepada Allah SWT karena berkat pertolongan Allah, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya Sholawat beserta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa agama yang hak ini hingga sampai kepada masing-masing diri kita dengan ucapan *alhamdulillah jazahumullahukhoiroo*.

Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dan Murabahah Pada Koperasi Usaha Bersama Tijaratun Thoyibah Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Islam” merupakan hasil karya ilmiah, guna memenuhi persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari semua pihak, untuk itu penulis mengucapkan syukur *Alhamdulillah jazakumullohukhoiroo* dan terimakasih yang tulus kepada :

1. Ayahanda Donal Bintara dan ibunda tercinta Rodhiyatul Aziz yang telah memberikan kasih sayangnya, semangat motivasi, baik dari segi materil maupun spiritual, dan yang paling utama yaitu doa yang tulus dari keduanya.
2. Pelaksana Tugas Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Bapak Prof. Dr. Suyitno, M.Ag.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag, Wakil Dekan I Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, M.CL, Wakil Dekan II Bapak Dr. Wahidin, M.Ag dan Wakil Dekan III Bapak Dr. H. Maghfirah, M.A.
4. Dosen pembimbing skripsi Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, M.CL, yang telah memberikan perhatian, pengarahan, motivasi serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag, M. Sh dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Bapak Syamsurizal, SE, M. Sc, serta Ibu Elsa.
6. Penasehat Akademis Bapak Prof. Dr. Sudirman M. Johan yang telah memberikan motivasi dan sumbangan pemikiran kepada penulis.
7. Seluruh Dosen di lingkungan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.
8. Pimpinan dan seluruh karyawan koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.
9. Dewan guru PPPM Miftahul Huda Pekanbaru Bapak Abdullah, dan Ibu Hasanah yang telah memberikan nasehat dan ilmunya.
10. Ketua PPPM Miftahul Huda Pekanbaru, Wakil Ketua dan seluruh pengurus PPPM Miftahul Huda Pekanbaru.
11. Seluruh santri dan santriwati PPPM Miftahul Huda Pekanbaru, *Alhamdulillah jazakumullahukhoiroo* atas perhatian dan kebersamaannya.
12. Kakak Dara Silmi Kaffa, dan adik-adik Tiara, Andrea, Sifa, Chryshant, dan Roro, terima kasih atas segala dukungan dan perhatiannya.
13. Teman-teman seperjuangan Mbak Dini, Mbak Vivi, Julita, Ida, Izur, Rani, Nurul, dan sahabat seperjuangan yang berada di Villa Industrial yang tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala perhatian, motivasi, dukungannya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Demikian skripsi ini penulis selesaikan dengan sebaik mungkin. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan permohonan maaf atas segala kesalahan ataupun kekeliruan dalam penulisan skripsi ini. Dengan senang hati penulis menerima kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang.

Akhir kalam semoga skripsi ini dapat membawa kemanfaatan dan kebarokahan bagi semua pihak dan kepada Allah SWT penulis memohon ampunan atas semua kesalahan.

Pekanbaru, 5 Maret 2021
Penulis

Melati Julia Roikhani
NIM. 11720524915

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
E. Metode Penelitian	8
F. Penelitian Terdahulu	13
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah dan Profil Koperasi UBTT	14
B. Motto, Visi dan Misi Koperasi UBTT	17
C. Tujuan Koperasi UBTT	18
D. Struktur Organisasi Koperasi UBTT	19
E. Produk-Produk Koperasi UBTT	27
BAB III LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Strategi	35
1. Pengertian Strategi Pemasaran	35
2. Konsep Pemasaran	37
3. Pemasaran Syariah	40
4. Strategi Bauran Pemasaran	45
B. Pembiayaan Murabahah	49
1. Pengertian Murabahah	49
2. Dasar Hukum Murabahah	50
3. Rukun Dan Syarat Murabahah	51
4. Jenis-Jenis Murabahah	52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Pembiayaan Murabahah Pada LKS	53
C. Pembiayaan Mudharabah	54
1. Pengertian Mudharabah	54
2. Dasar Hukum Mudharabah	55
3. Rukun Dan Syarat Mudharabah	56
4. Jenis-Jenis Mudharabah	59
5. Pembiayaan Mudharabah pada LKS	59
D. Koperasi	61
1. Pengertian Koperasi	61
2. Landasan Koperasi dan Asas Koperasi	62
3. Prinsip-Prinsip Koperasi	63
4. Fungsi dan Peran koperasi dalam Perekonomian di Indonesia.....	65
5. Jenis-Jenis Koperasi	66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah Koperasi Usaha Bersama Tjjarotun Thoyibah Covid-19.....	68
B. Kendala Yang Dihadapi Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Murabahah Dan Mudharabah Pada Masa Covid-19	83
C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pada Koperasi Usaha Bersama Tjjarotun Thoyibah	88

BAB V PENUTUP

A.. Kesimpulan.....	101
B. Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Macam-Macam bentuk dari Produk Pembiayaan dengan akad Murabahah dan Mudharabah pada Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah	69
------------	---	----



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Struktur Organisasi Koperasi UBTT	20
Gambar II.2	Bagan Hierarki Wewenang Rapat Anggota Koperasi	23
Gambar III.1	Skema Murabahah di Lembaga Keuangan Syariah.....	54



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan lembaga keuangan yang bermunculan di kalangan masyarakat, maka lembaga keuangan syariah harus meningkatkan dan mempertahankan kinerja perusahaannya, agar lembaga keuangan syariah tersebut tetap beroperasi di saat maraknya lembaga keuangan konvensional yang ada. Dalam hal ini terkhusus lembaga keuangan koperasi yang dalam kegiatan usahanya mengembangkan perekonomian negara, kedudukan pemasaran sangat dibutuhkan dan penting untuk dilaksanakan, karena pemasaran merupakan alat penghubung antara koperasi dan nasabah. Maka dari itu, sebelum mengenalkan produknya, maka pihak lembaga keuangan harus mengerti dan memahami produk yang memang dibutuhkan nasabah. Setelah itu baru mengenalkan produk atau barang sesuai yang dibutuhkan nasabah atau masyarakat. Oleh karena itu, nasabah perlu dipandang sebagai mitra perusahaan yang saling menguntungkan sesama.¹

Koperasi Indonesia merupakan suatu organisasi ekonomi rakyat sosial, yang beranggotakan orang-orang maupun badan hukum koperasi yang merupakan susunan ekonomi menjadi usaha bersama yang berdasarkan asas kekeluargaan.² Adapun yang menjadi tujuan didirikannya koperasi yaitu

¹ Wiji Lestari, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan pada KSPPS Al-Ijtihad Pabelan kec. Pasar Wates Terban”, Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, (Salatiga : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2016), h.1.

² Burhanuddin, *Koperasi Syariah*, (Malang : UIN-Maiki Press, 2013), h.1.

sebagai alat mensejahterakan masyarakat terutama anggota koperasi serta ikut andil dalam pembangunan perekonomian negara dalam rangka mewujudkan masyarakat yang adil, makmur dan sejahtera berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.³

Sejak diberlakukan sosial distancing atau penjagaan jarak sebagai langkah pencegahan penyebaran Covid-19, untuk saat ini koperasi menjadi lembaga keuangan yang paling terdampak. Koperasi amat terpuruk dalam pelaksanaan kegiatan operasionalnya atau mungkin mengalami keritis, di saat harus tetap melaksanakan pelayanan yang prima, koperasi juga harus mengeluarkan biaya operasional sesuai protokol kesehatan. Salah satu akibat yang dirasakan dari pandemi Covid-19 yaitu penurunan omset usaha atau terkendalanya strategi pemasaran suatu usaha. Apabila hal ini dibiarkan begitu saja maka, bisa menjadikan koperasi syariah menderita bahkan kebangkrutan. Adapun dampak pada keuangan koperasi syariah di parahnya pandemi Covid-19, yaitu dengan adanya penarikan tabungan oleh nasabah secara besar-besaran oleh . termasuk juga ikut melemahnya sektor ekonomi bagi anggota yang mayoritas merupakan UMKM menjadi penyebab penarikan tabungan atau uangnya di koperasi.⁴

Termasuk koperasi yang ikut terdampak pandemic Covid-19 yaitu koperasi Usaha bersama Tjajarotun Thoyibah. Hal terakhir yang dirasakan

³ Ikhsan Rochmadi, *Analisis Dampak Perdagangan Bebas dan Global pada Bergesernya Nilai Budaya, Prinsip dan Tujuan Koperasi*, Vol 4, No.2, Desember 2011, h.48.

⁴ Nidiya Zuraya, "1.785 Koperasi di Indonesia terdampak Covid-19", artikel dari <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/qa1u4z383>. diakses pada 10 September 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

koperasi syariah di tengah pandemi Covid-19 yaitu pengeluaran biaya operasional yang meningkat karena harus memberi fasilitas untuk protokol kesehatan, sedangkan jam atau durasi kerja harus dikurangi. Konsekuensi ini menjadi hal yang harus diusahakan pengelola atau pihak koperasi untuk tetap bisa melindungi anggotanya maupun nasabahnya dari keterpurukan dampak Covid-19. Maka dari itu, untuk dapat meminimalisir akibat dari pandemi Covid-19, maka pihak koperasi sangat perlu memiliki strategi pemasaran alternatif yaitu dengan menawarkan atau memasarkan produk-produknya sebagai usaha meningkatkan jumlah nasabah.⁵

Pada intinya pemasaran merupakan kumpulan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Manajemen waktu dan tempat yang tepat dapat memudahkan proses menciptakan nilai untuk pelanggan sekaligus dapat membangun komunikasi dan hubungan yang baik antara marketer dan pelanggan. Jadi setiap perusahaan akan bekerja secara berbeda sesuai dengan pattern bisnis yang dianutnya, sehingga setiap individu, organisasi atau perusahaan mempunyai strategi yang berbeda-beda dalam pencapaian targetnya agar lebih dahulu dari pesaing bisnisnya.⁶

Persaingan di dunia usaha atau bisnis menuntut setiap individu marketer agar mampu melakukan pemasarannya menjadi lebih efisien dan efektif. Bagian pemasar mempunyai tanggung jawab dan tugas yang amat luas dalam perusahaan, yaitu mencari calon nasabah atau konsumen sebanyak

⁵ Agus Rudianto, Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijaratun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 24 Oktober 2020.

⁶ Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi, & Isu-isu Kontemporer*, (Depok : Rajawali Pers, 2017), h.124.

mengambil simpanannya secara besar-besaran untuk meminimalisir dampak pandemi ini. Termasuk salah satu produk pembiayaan yang paling diminati di koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah adalah produk pembiayaan murabahah dan mudharabah.⁹

Dilihat dari data laporan realisasi tahun 2019 pembiayaan koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah bahwasannya produk pembiayaan pengadaan barang dengan akad murabahah dan pembiayaan modal usaha dengan akad mudharabah di koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah memiliki jumlah pendanaan pembiayaan yang paling banyak dari pada pendanaan produk pembiayaan lainnya yaitu sebesar Rp. 72.852.685 untuk pembiayaan murabahah dan Rp. 1.145.786.326 untuk pembiayaan mudharabah. Namun akibat dampak dari pandemi Covid-19 ini, yang semua serba dibatasi, sehingga jumlah pembiayaan murabahah dan mudharabah mengalami penurunan bahkan kemacetan pada angsuran nasabah.¹⁰

Pembiayaan murabahah merupakan suatu akad jual beli barang dimana penjual menyatakan harga beli, sedangkan keuntungan berdasarkan kesepakatan antara pembeli dan penjual.¹¹ Sedangkan pembiayaan mudharabah adalah persetujuan kerjasama pemodal atau pemilik harta dengan pengelola modal, atau kerjasama antar mudarib dan shahibul, sedangkan keuntungannya berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.¹²

⁹ Agus Rudianto, Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 24 Oktober 2020.

¹⁰ Sumber : Laporan Jumlah Nasabah dan Laporan Realisasi Pembiayaan Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah Tahun 2019.

¹¹ Adiwarmar Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h.113.

¹² *Ibid*, h.204.

Lalu, bagaimanakah strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah yang dilakukan koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi Covid-19 ?

Berdasarkan uraian-uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah Pada Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”**.

B. Batasan Masalah

Peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini hanya pada strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi Covid-19 pada tahun 2020.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi Covid-19 ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi Covid-19 ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi Covid-19 ?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian yang harus dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi yang diterapkan koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada masa pandemi Covid-19.
- b. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada masa pandemi Covid-19.
- c. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi Covid-19.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta menambah ilmu pengetahuan dan mengembangkan

wawasan penulis dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah peneliti peroleh selama di perkuliahan.

b. Penelitian Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya yang akan mengangkat tema yang sama, namun dengan sudut pandang yang berbeda.

c. Bagi Masyarakat umum

Bagi masyarakat ataupun konsumen penelitian ini berguna sebagai pengetahuan dan informasi tentang pentingnya strategi pemasaran terhadap produk.

d. Bagi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan atau masukan yang sangat berharga bagi pengembangan dan kemajuan koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah di Jalan Letnan Boyak, Gg. Antara, Kecamatan Bangkinang Kota, Kabupaten Kampar.

2. Subjek dan Objek

a. Subjek

Yang menjadi subjek penelitian ini adalah anggota dan nasabah koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Objek

Yang dimaksud objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi Covid-19.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan. Populasi tidak hanya sekedar subjek yang dipelajari atau jumlah yang ada pada objek, tetapi juga meliputi semua sifat yang dimiliki objek dan subjek itu.¹³ Populasi dalam penelitian ini seluruh anggota dan nasabah koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah yang berjumlah 100 orang.

b. Sampel

Sampel dari penelitian ini adalah 50 orang yang terdiri dari anggota dan nasabah koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah dengan menggunakan *metode purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Sehingga yang dijadikan responden adalah orang yang benar-benar tahu masalah strategi pemasaran produk di koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, 2014),h.80.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer, yaitu data yang langsung didapatkan dari responden atau objek yang akan diteliti, bahkan data yang ada hubungannya langsung dengan objek yang diteliti. Data tersebut dapat berasal dari lapangan atau bahkan diperoleh langsung dari orang yang diteliti.¹⁴ Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang didapat langsung dari pengurus atau pengelola dan anggota koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, dengan cara observasi, angket dan wawancara.
- b. Data sekunder, yaitu data primer yang telah diolah menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, diagram, gambar dan sebagainya sehingga menjadi informatif.¹⁵ Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu pengamatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang akan diteliti.¹⁶ Metode observasi yang penulis gunakan yaitu

¹⁴ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006) h.57.

¹⁵ *Ibid*, h.58.

¹⁶ *Ibid*, h.59.

metode observasi partisipasi. Observasi partisipasi yaitu peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati yang digunakan sebagai sumber data penelitian.¹⁷ Observasi ini dilakukan pada Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

- b. Wawancara merupakan pertemuan langsung maupun tak langsung antara dua orang untuk berbagi ide maupun informasi melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan arti suatu topik tertentu.¹⁸ Metode berikut ini penulis gunakan untuk mengumpulkan data informasi dengan mengajukan pertanyaan yang diajukan kepada pengurus dan nasabah koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah. Metode ini digunakan peneliti dalam mencari data secara langsung dengan objek penelitian untuk mencari informasi yang dibutuhkan, terutama hal-hal yang berkenaan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.
- c. Dokumentasi, yaitu mencari data mengenai variabel yang dapat berupa transkrip, catatan dan buku-buku.¹⁹ Yaitu dengan cara mengumpulkan data atau dokumen koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah yang terkait dengan penelitian sebagai pelengkap dari wawancara.

¹⁷ Sugiyono, *Op. Cit*, h.145.

¹⁸ *Ibid*, h.231.

¹⁹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2004),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



d. Angket atau kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan atau pertanyaan-pertanyaan yang tertulis kepada responden untuk dijawab.²⁰ Dalam penelitian ini, angket akan dibagikan kepada anggota dan nasabah koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

6. Teknik Analisa Data

Analisis data yaitu suatu proses penyusunan data secara sistematis yang didapatkan atau diperoleh langsung dari hasil catatan di lapangan, dokumentasi maupun wawancara, dengan dijabarkan dan disusun data ke dalam pola, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan yang temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain dan mudah dipahami.²¹

Analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif lebih menekankan pada analisis dari proses berpikir secara induktif yang saling terkait dengan hubungan antarfenomena yang sedang diamati, dan dengan menggunakan logika yang ilmiah. Penelitian kualitatif yaitu metode penelitian tentang pengungkapan permasalahan pada kehidupan kerja seperti pada pemerintahan, swasta, organisasi, kemasyarakatan, perempuan, seni dan budaya, sehingga dijadikan sebagai kebijakan untuk dilakukan demi kesejahteraan.²²

²⁰Ibid, h.142.

²¹Abu Lubaba,” *Studi Etika Pemasaran Pedagang di Pasar Sore Kaliwungu Kendal dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, (Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Walisongo Semarang, 2015), h.12.

²² Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2013), h.81.

F. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Isi Penelitian
1.	Wiji Lestari Strategi Pemasaran Produk Simpanan Suka Lancar Pada KSPP Syariah Al-Ijtihad Pabelan KC Pasar Wates Terban. (Skripsi, IAIN Salatiga, 2016).	Hasil penelitian ini: Strategi pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS ialah strategi produk, strategi promosi, strategi proses, strategi orang dan strategi bukti fisik. Tata cara pengajuan simpanan Suka rela Lancar yaitu pertama mengisi formulir, setelah diperiksa dan disetujui, kemudian mengisi slip sebagai setoran awal. Buku tabungan akan dibuatkan setelah melakukan setoran.
2.	Miss Ni-asuenah Che-awe Strategi Pemasaran Tabungan Haji di Koperasi Ibn Affan Wilayah Patani Thailand Selatan. (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2013).	Hasil Penelitian ini : strategi pemasaran yang digunakan Koperasi Ibn Affan Wilayah Patani Thailand Selatan dalam memasarkan produk tabungan haji adalah dengan cara menjalankan strategi bauran promosi, seperti iklan, dan promosi dengan bakti sosial. Strategi pemilihan media, yaitu meliputi media cetak, elektronik, media luar ruangan dan media lini dengan sangat memperhatikan lima fungsi periklanan agar pesan yang hendak disampaikan kepada calon konsumen dapat tertuju dan tepat pada sasaran, yaitu : membujuk, menciptakan kesan, memberikan informasi, memuaskan keinginan dan sebagai alat komunikasi.
3.	Said Irfan Ridha Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT dalam Meningkatkan keunggulan Kompetitif menurut Prinsip Ekonomi Islam. (Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2018).	Dari hasil penelitian dapat ditinjau dari prespektif strategi pemasaran Islami, Butik Calista menerapkan teori, konsep strategi pemasaran konvensional, dan pemasaran Islami, penerapan etika bisnis Islami mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW.
4.	Muhammad Agung Laksono Analisis Pemasaran Produk Simpanan Kencana Di KJKS Arthamadina Banyuputih Batang. (Skripsi, UIN Walisongo, 2018).	Dari hasil pengamatan yang telah dilakukan, strategi yang paling berkontribusi dalam penjualan produk simpanan Kencana ini adalah strategi penjualan perorangan. KJKS Arthamadina Banyuputih Batang telah memilih pasar sasaran yang tepat. Dengan menggunakan strategi penjualan perorangan dan iklan, maka strategi pemasaran dapat berjalan dengan baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Sejarah dan Profil Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah

Berangkat dari krisis moneter tahun 1998, DPP LDII mendorong warganya mendirikan koperasi atau Usaha Bersama (UB) di setiap Pengurus Anak Cabang (PAC) dengan tujuan mengembangkan kesejahteraan anggotanya maupun kesejahteraan umat. Ekonomi syariah di lingkungan LDII dipelopori oleh para ulama, akademisi, dan praktisi. Dimulai dengan dilakukannya pelatihan ekonomi syariah sampai di daerah-daerah. Para ulama yang terdiri dari kyai dan mubaligh/mubalighoh mengajarkan mengenai transaksi yang halal, yang kemudian dijadikan pijakan warga LDII untuk membangun Usaha Bersama.²³

Pada musim paceklik tersebut LDII membuat suatu gerakan gotong royong ekonomi dengan menyediakan berbagai kebutuhan sembako di Usaha Bersama (UB). Termasuk Pengurus Anak Cabang (PAC) LDII Kabupaten Kampar turut serta mendirikan koperasi atau Usaha Bersama yang mulai beroperasi pada tahun 1998 dengan nama Usaha Bersama (UB). Dan kemudian mendapatkan badan hukum Koperasi dari Menteri Negara Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Kabupaten Kampar pada 28 Desember 2015 dengan nama Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah (UBTT), nomor badan hukum 678/BH/IV.3/DISKOP/XII/2015. Koperasi

²³ Agus Rudianto, Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 24 Oktober 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah didirikan berdasarkan Akta Pendirian Koperasi Nomor 08, tanggal 17 September 2015, dihadapan Notaris H. Muhammad Nuzul, SH.²⁴

Koperasi UB Tijarotun Thoyibah berkedudukan di Jalan Letnan Boyak Gang Antara, RT 05 RW 15 Kelurahan Langgini, kecamatan Bangkinang Kota, Kabupaten Kampar. Koperasi UBTT ini didirikan oleh beberapa orang praktisi dan akademisi yang berada dalam satu kegiatan urusan keorganisasian masyarakat LDII Kabupaten Kampar. Kegiatan koperasi UB Tijarotun Thoyibah ini dilakukan sebagaimana kegiatan koperasi namun sistem kegiatannya sesuai dengan syariah pada umumnya seperti kegiatan pembiayaan modal usaha atau kemitraan, pembiayaan pengadaan suatu barang dan terbuka juga untuk masyarakat umum.²⁵

Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah ini merupakan suatu badan koperasi yang bergerak dalam usaha simpan pinjam yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat sesuai dengan prinsip syariah. Tidak hanya itu, kegiatan usaha yang dilakukan koperasi UB Tijarotun Thoyibah ini juga memakai akad-akad syariah seperti akad murabahah, akad musyarakah, dan akad mudharabah seperti pada lembaga keuangan syariah pada umumnya.²⁶

²⁴ Sumber : Akta Pendirian koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

²⁵ Agus Rudianto, Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 24 Oktober 2020.

²⁶ Agus Rudianto, Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 24 Oktober 2020.

Anggota yang memprakarsai berdirinya koperasi Usaha Bersama

Tijarotun Thoyibah ini adalah :²⁷

- | | |
|--------------------|------------------|
| 1. Agus Rudianto | 8. Kiyatno |
| 2. Joko Siswanto | 9. Warjo |
| 3. Paimin | 10. Imam Santoso |
| 4. Donal Bintara | 11. Ali Usman |
| 5. Asroh widiyanto | 12. Hermaini |
| 6. Hadi Sunarno | 13. Heryanto |
| 7. Marwan | |

Adapun identitas lengkap dan dasar hukum dari koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah adalah :²⁸

- | | |
|------------------------|----------------------------------|
| 1. Nama Koperasi | : Koperasi UB Tijarotun Thoyibah |
| 2. Nomor Badan Hukum | : 678/BH/IV.3/DISKOP/XII/2015 |
| 3. Tanggal Badan Hukum | : 28 Desember 2015 |
| 4. Alamat | : JL. Letnan Boyak Gg. Antara |
| 5. Kecamatan | : Bangkinang Kota |
| 6. Kabupaten/Kota | : Kab. Kampar |
| 7. Provinsi | : Riau |
| 8. Bentuk Koperasi | : Primer Kabupaten Kota |
| 9. Jenis Koperasi | : Konsumen |
| 10. Kelompok Koperasi | : Kop. Serba Usaha |
| 11. Sektor Usaha | : Jasa Keuangan dan Asuransi |

²⁷ Sumber : Akta Pendirian Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

²⁸ Sumber : Dokumentasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

B. Motto, Visi dan Misi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah

1. Motto Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah

“Berkembang dan sejahtera bersama anggota yang professional religious”.²⁹

2. Visi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah

Menjadi Koperasi yang mengedepankan kesejahteraan dan kebaikan bersama.³⁰

3. Misi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah³¹

- a. Mengelolah koperasi menggunakan sumber daya manusia (SDM) yang professional religious, berdaya saing tinggi dan ahli di bidangnya.
- b. Mewujudkan pelayanan keuangan secara syariah yang unggul dengan didukung sistem informasi terkini dan fasilitas yang memadai.
- c. Menanamkan karakter 6 thobiat luhur yaitu rukun, kompak, kerjasama yang baik, jujur, amanah, mujhid-muzhid.
- d. Ikut serta dalam pembangunan ekonomi rakyat setempat dengan mengajak mitra bisnis lainnya.

²⁹ Agus Rudianto, Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 24 Oktober 2020.

³⁰ Agus Rudianto, Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 24 Oktober 2020.

³¹ Agus Rudianto, Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 24 Oktober 2020.

C. Tujuan Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah³²

1. Terwujudnya sumber daya manusia (SDM) yang professional religious dan produktif, sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global.
2. Terwujudnya karakter 6 thobiat luhur pada setiap anggota maupun nasabah, yaitu:
 - a. Rukun, berarti saling mengasihi, saling memaafkan, bantu membantu dan tolong menolong dalam kebaikan, kuat memperkuat, saling mendoakan yang baik dan kalau bertemu dengan wajah yang ceria tidak punya prasangka jelek.
 - b. Kompak, berarti dikerjakan bersama- sama dengan giat, senang gembira, *holobis kuntul baris, sak iyek sak eko proyo* (se iya sekata).
 - c. Kerjasama yang baik, adalah saling peduli, saling mendukung, saling melancarkan, saling menjaga perasaan, tidak saling menjegal, tidak saling menjatuhkan, tidak saling merugikan dan tidak saling memfitnah.
 - d. Jujur, adalah berkata benar, polos, apa adanya, tidak berdusta, tidak menipu.
 - e. Amanah berarti bisa dipercaya dan menjaga kepercayaan itu, menyampaikan hak kepada yang berhak menerima, tidak berkhianat (merusak kepercayaan).

³² Agus Rudianto, Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 24 Oktober 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

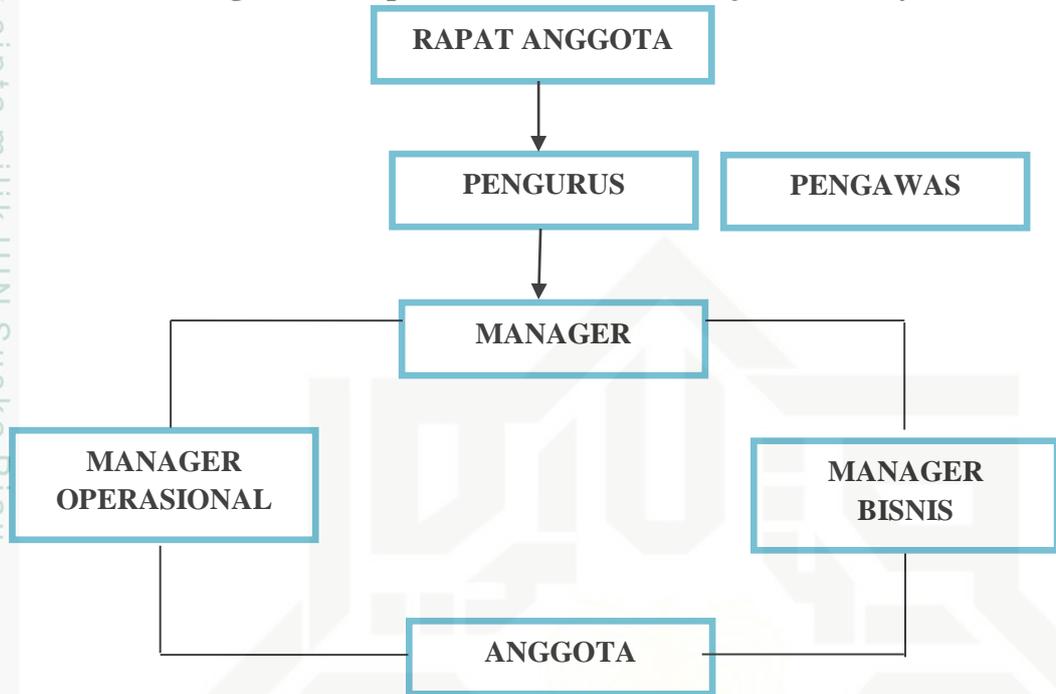
- f. Mujhid- muzhid, mujhid artinya kerja giat, semangat, berhasil dan kurup. Muzhid artinya *tirakat banter*, hidup hemat, *gemi setiti, ati-ati, kas gih*, tidak boros, bisa mengukur kemauan dan kemampuan.
3. Tercapainya pemberdayaan masyarakat miskin sehingga sejahtera.
4. Terbentuknya struktur koperasi yang sehat dan sesuai syariah sehingga berkontribusi pada perkembangan ekonomi syariah.
5. Menjadi perantara keuangan, antara pemilik dana, dengan pengguna dana dalam pengembangan usaha yang produktif.
6. Mengidentifikasi, mengorganisasi, dan mengembangkan potensi ekonomi anggota.

D. Struktur Organisasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah

Struktur organisasi merupakan serangkaian kerjasama bagian yang mengikuti pola dengan adanya penyusunan yang logis serta hubungan yang sependan atau setara. Jadi di dalam struktur organisasi tercakup suatu rangka yang menyajikan pekerjaan dalam pencapaian tujuan dari organisasi, hubungan antar fungsi, serta wewenang dan tanggung jawab setiap anggota organisasi.³³

³³ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.117.

Gambar II.1
Struktur Organisasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah



Sumber : Bagan Organisasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah

Keterangan :³⁴

1. Pengurus :
 - Ketua : Agus Rudianto
 - Sekretaris : Joko Siswanto
 - Bendahara : Paimin
2. Pengawas :
 - Ketua :Asroh Widyanto
 - Anggota : Hadisunarno
Donal Bintara
3. Manager : H. Sarno
Manajer Operasional : Kenci Sudarmadi

³⁴ Sumber : Akta Pendirian Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Manajer Bisnis : H. Sugiyo

4. Anggota :

Bangkinang Kota	SP 2 Suka Mulya	Sei buak
Kiyatno	Warjo	Musiran
Hadi Sunarno	H. Komarudin	Azka
Joko Siswanto	Marwan	Hariyanto
Donal Bintara	H. Surato	Sri Mulatno
H. Sarno	Agus Rudianto	Asroh
Dwi Cahyoko	Khoirudin Subayu	Syarif
M. Jais	Pajajaran	Kabun
Karno Hadi	Handoko	H. Suharno
H. sugiyo	Tri Mulyanto	H. Ridwan
Semoga Jaya	Purwodo	Mahfudin
Sub SP 1 Laboy Jaya	Jernih	Air Tiris
Kenci Sudarmadi	Arif Dalijan	Hermaini
Paiman	Wasimen	Heri Kiswanto
	Sugiyanto	Paimin

Berdasarkan Undang – Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian, lengkapnya suatu organisasi koperasi terdiri dari rapat anggota, pengurus dan pengawas. Kelengkapan suatu organisasi diperlukan dalam hal pengelolaan koperasi.³⁵

Adapun struktur organisasi koperasi Usaha Bersama Tjjarotun Thoyibah adalah sebagai berikut :

³⁵ Kartika Sari, *Mengenal Koperasi*, (Cempaka Putri), I Pusnas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Rapat Anggota

Rapat anggota dalam struktur organisasi koperasi memiliki kekuasaan tertinggi. Artinya, segala permasalahan pada koperasi diputuskan melalui musyawarah pada rapat anggota. Rapat anggota yang pelaksanaannya diatur dalam anggaran dasar koperasi, dihadiri oleh anggota koperasi. Rapat anggota dilakukan paling sedikit satu kali setahun. Rapat anggota dilaksanakan untuk mengesahkan pertanggungjawaban pengurus diselenggarakan paling lama enam bulan setelah tutup buku tahun sebelumnya.³⁶

Berdasarkan Undang – Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian pasal 23, rapat anggota koperasi mempunyai wewenang untuk menetapkan kebijakan sebagai berikut :³⁷

- a. Anggaran dasar pada koperasi.
- b. Kebijakan umum pada bidang manajemen, organisasi, dan usaha koperasi.
- c. Pengangkatan, pemberhentian, serta pemilihan pengawas dan pengurus koperasi.
- d. Rencana anggaran pendapatan, belanja koperasi, rencana kerja, dan pengesahan laporan keuangan.
- e. Pengesahan pertanggungjawaban pengurus dalam melaksanakan tugas.
- f. Pembagian sisa hasil usaha (SHU).
- g. Peleburan, pembubaran, penggabungan dan pembagian koperasi.

³⁶ Sumber : Dokumentasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

³⁷ Sumber : Dokumentasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar II.2
Bagan Hierarki Wewenang Rapat Anggota Koperasi



Sumber : Dokumentasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

2. Pengurus Koperasi

Pengurus koperasi dipilih oleh anggota koperasi dalam musyawarah rapat anggota sehingga berperan sebagai pemegang kuasa rapat anggota. Susunan nama anggota pengurus dicantumkan pada akta pendirian koperasi. Masa jabatan pengurus pada koperasi paling lama selama lima tahun masa jabatan. Pengurus koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah terdiri dari ketua, sekretaris dan bendahara.³⁸

Tugas utama pengurus koperasi yaitu memimpin organisasi serta memimpin kegiatan usaha yang ada di koperasi. Secara terperinci tugas pengurus koperasi sebagai berikut:³⁹

- a. Mewakili koperasi di dalam forum dan di luar forum.
- b. Menyelenggarakan rapat anggota.

³⁸ Agus Rudianto, Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 24 Oktober 2020.

³⁹ Sumber : Dokumentasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

- c. Mengajukan laporan keuangan koperasi.
- d. Mengajukan rancangan-rancangan kerja dan rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi.
- e. Mengelola usaha dalam koperasi.
- f. Meyelenggarakan pembukuan pada koperasi.

Setiap pengurus koperasi mempunyai wewenang masing-masing.

Adapun dari wewenang pengurus koperasi adalah sebagai berikut :⁴⁰

- a. Mewakili koperasi di dalam dan di luar forum.
- b. Memutuskan penolakan dan penerimaan anggota baru serta pemberhentian pada anggota sesuai dengan anggaran dasar koperasi.
- c. Melakukan tindakan bagi kepentingan dan kemanfaatan koperasi sesuai keputusan dalam rapat anggota.

3. Pengawas Koperasi

Pengawasan merupakan suatu kegiatan pemantauan, pembinaan, penilaian serta pemeriksaan kesehatan koperasi yang dilakukan pemerintah. Dalam hal ini yang diberi wewenang menjalankan tugas pembantuan di daerah adalah menteri ditingkat pusat, bertujuan agar pengelolaan pada koperasi jasa keuangan syariah dan unit jasa keuangan syariah dilaksanakan secara baik, aman dan terkendalikan, sehingga timbul kepercayaan dari pihak yang terkait.⁴¹

⁴⁰ Sumber : Dokumentasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

⁴¹ Burhanuddin, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, (Malang : Uin-Maliki Press, 2013), h.271.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Anggota pengawas tidak boleh merangkap tugas sebagai pengurus. Tugas dan kedudukan pengawas pada suatu koperasi adalah untuk mengawasi terlaksananya tugas kepengurusan oleh pengurus. Pengawas koperasi ini memiliki masa jabatan 4 tahun.⁴²

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian, tugas-tugas pengawas koperasi adalah sebagai berikut :⁴³

- a. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan pengelolaan dan pelaksanaan kebijakan pada koperasi yang dilakukan pengurus.
- b. Membuat laporan tertulis tentang hasil dari pengawasan, selanjutnya akan disampaikan pada saat rapat anggota.

Dalam pelaksanaannya tugasnya, pengawas diberi beberapa wewenang sebagai berikut:⁴⁴

- a. Meneliti catatan-catatan keuangan pada koperasi.
- b. Mendapatkan semua keterangan-keterangan yang diperlukan.

4. Manajer

Tugas manajer sebagai berikut :⁴⁵

- a. Membuat keputusan terhadap pembiayaan badan usaha.
- b. Menempatkan dan melaksanakan strategi pemasaran produk guna mencapai sasaran yang telah ditetapkan baik pembayaran maupun pembiayaan.

⁴² Donal Bintara, Pengawas Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 26 Oktober 2020.

⁴³ Sumber : Dokumentasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

⁴⁴ Donal Bintara, Pengawas Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 26 Oktober 2020.

⁴⁵ Sumber : Dokumentasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Memastikan realisasi target operasional dengan menetapkan upaya-upaya pencapaian.
- d. Melakukan pembinaan terhadap anggota koperasi.
- e. Memonitoring pelaksanaan penagihan tunggakan bermasalah.
- f. Mengelola secara optimal sumber daya agar dapat mendukung kelancaran operasional koperasi.
- g. Mereview kembali analisis pembiayaan sebagai antisipasi resiko kredit yang macet, atau kesalahan pada pemohon pembiayaan koperasi.
- h. Memutuskan semua kegiatan-kegiatan yang ada pada bidang operasi dan pemasaran koperasi sesuai dengan batas wewenangnya.

Tugas manajer operasional :⁴⁶

- a. Memonitoring terelisasinya target pada operasional dan menetapkan usaha pencapaiannya.
- b. Melakukan strategi-strategi dalam pemasaran sebagai pencapaian sasaran yang ditetapkan.
- c. Mereview akad-akad pada pembiayaan dan surat kesanggupan sesuai dengan persyaratan.
- d. Memonitoring tertib tidaknya nasabah dalam angsuran pembayaran.
- e. Mengkoordinir pada penagihan kewajiban angsuran nasabah yang jatuh tempo.

⁴⁶ Sumber : Dokumentasi Koperasi Usaha Bersama Tjarotun Thoyibah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tugas manajer bisnis :⁴⁷

- a. Melakukan survey ke tempat calon nasabah.
- b. Membuat daftar kunjungan kerja harian dalam seminggu mendatang pada akhir pekan berjalan.
- c. Memonitoring realisasi dari target operasional dengan menentukan usaha pencapaiannya.

E. Produk – produk Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah

1. Produk Simpanan

a. Simpanan Pokok

Simpanan pokok merupakan sejumlah uang yang sama besarnya dari semua anggota diwajibkan dibayar oleh setiap calon anggota koperasi saat akan menjadi anggota koperasi. Besarnya simpanan pokok dapat ditentukan pada saat musyawarah rapat anggota koperasi.⁴⁸ Pada koperasi UBTT, memberi anjuran simpanan pokok sebesar Rp. 100.000,-⁴⁹

b. Simpanan Wajib

Simpanan wajib adalah simpanan yang wajib dibayarkan sebulan sekali. Besaran simpanan wajib adalah Rp. 10.000,-/bulan.

⁴⁷ Sumber : Dokumentasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

⁴⁸ Fauzan Haqiqi, *Jurnal Analisis Pengaruh Simpanan Anggota dan Pinjaman Anggota Terhadap Perolehan Sisa Hasil Usaha (Studi Kasus Pada KSP Kredit Union Jembatan Kasih Tanjung Balai Karimun Periode Tahun 2016-2018)*, Vol. 1.No. 2 (Juli 2020) hal.49.

⁴⁹ Kenci Sudarmadi, *Manajer Operasional Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, Wawancara*, Bangkinang Kota, 2 November 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Simpanan Sukarela

Pada koperasi UBTT hanya menyediakan simpanan sukarela yang prinsipnya menggunakan akad wadi'ah, yang mana simpanan dengan akad tersebut dapat sewaktu-waktu ditarik oleh pemilik atau anggota koperasi atau dalam kata lain tidak memakai jangka waktu penyimpanan.⁵⁰

d. Simpanan Deposito

Dalam penerapannya, bahwa simpanan deposito ini menggunakan prinsip akad *mudharabah* yaitu simpanan oleh pemilik dana (*Shahibul maal*), yang bagi hasilnya disesuaikan di awal kesepakatan, berdasarkan nisbah. Simpanan deposito pada koperasi UBTT menggunakan prinsip akad *mudharabah mutlaqah*, yaitu *shahibul maal* tidak memberikan batasan terhadap dana yang di investasikan dalam arti pengelola dana bebas mengolah dana dalam bentuk usaha apapun. Dengan demikian *mudharib* atau pihak koperasi UBTT diberi kewenangan penuh untuk mengolah dana tanpa keterikatan waktu, tempat, bentuk usaha dan jenis pelayanan.⁵¹

Pada mekanisme penerapan simpanan deposito pada koperasi UBTT ini, penerapan bagi hasil sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati sebagai berikut :⁵²

⁵⁰ Kenci Sudarmadi, Manajer Operasional Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 2 November 2020.

⁵¹ Kenci Sudarmadi, Manajer Operasional Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 2 November 2020.

⁵² Kenci Sudarmadi, Manajer Operasional Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 2 November 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Jangka waktu 6 bulan nisbah 70% koperasi, nasabah 30%.
- 2) Jangka waktu 18 bulan nisbah 60% koperasi, nasabah 40%.
- 3) Jangka waktu 24 bulan keatas nisbah 50% koperasi, nasabah 50%.

2. Produk Pembiayaan

a. Pembiayaan Pengadaan Barang

1) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah adalah suatu bentuk akad pembiayaan jual beli yang mana penjual menyatakan harga pembelian ditambah keuntungan. Yaitu suatu bentuk pembiayaan pengadaan barang dagang, barang rumah tangga maupun kendaraan bermotor, yang persentase keuntungannya disepakati antara koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah dengan nasabahnya, dimana pihak koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah akan membeli terlebih dahulu barang yang diminta nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga pembelian ditambah margin. Namun biasanya koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah mengambil margin 10 % -20 % dari harga barang, dan tergantung negosiasi dengan nasabah. Pembiayaan murabahah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah ini terdiri dari pembiayaan produktif dan konsumtif.⁵³

⁵³ Kenci Sudarmadi, Manajer Operasional Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 2 November 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Pembiayaan Modal Usaha

Pembiayaan ini bertujuan untuk membiayai pelaku usaha yang terkendala modal.

3) Pembiayaan Akad Mudharabah

Pada mekanisme penerapan produk pembiayaan mudharabah, koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah sebagai pemilik dana memberikan dana atau modal kepada pengelola dana (nasabah) yang memiliki keahlian dalam mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Keuntungan dari pengolahan dana tersebut akan dibagi kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang lebih awal telah disepakati. Namun dalam hal ini koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah menetapkan nisbah 60% bagian mudharib dan 40% bagian koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah. Produk pembiayaan modal usaha seperti akad mudharabah ini paling banyak diminati nasabah maupun masyarakat yang ingin membuka usaha karena resiko kerugiannya kecil. Selain itu koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah juga menilai terlebih dahulu karakter calon nasabah sebelum memberikan dananya atau modalnya kepada calon nasabah.⁵⁴

4) Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan Musyarakah adalah suatu akad pembiayaan dengan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk

⁵⁴ Kenci Sudarmadi, Manajer Operasional Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 2 November 2020.

membentuk usaha yang sesuai syariat Islam, dimana setiap pihak menyetorkan dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan nisbah di awal akad, sedangkan jika terjadi kerugian akan ditanggung oleh pihak sebesar partisipasi modal yang disertakan dalam Usaha.⁵⁵

Berikut beberapa prosedur atau syarat-syarat pembiayaan yang harus dilakukan koperasi Usaha Bersama Tijarotun sebelum memberikan dananya kepada nasabah, diantaranya :⁵⁶

- a) Penilaian kelayakan usaha anggota.
- b) Usaha tersebut sudah layak untuk dikembangkan.
- c) Usaha tersebut mempunyai potensi yang jelas dan terarah.
- d) Usaha tersebut sesuai dengan syari'at Islam dalam arti tidak bertentangan dengan ajaran-ajaran Islam.

Adapun yang menjadi mitra usaha koperasi UBTT dengan pembiayaan akad mudharabah adalah :⁵⁷

- a) Mitra usaha Waserda (warung serba ada)
- b) Mitra usaha Jasa Giling Daging Bakso.

Adapun persyaratan pengajuan pembiayaan di koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah adalah sebagai berikut :⁵⁸

⁵⁵ Nurnarsinah & P. Adiyes Putra, Kegiatan Usaha Bank Syariah, (Depok : Kalimedia, 2018), h.116.

⁵⁶ Kenci Sudarmadi, Manajer Operasional Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 2 November 2020.

⁵⁷ Sumber : Buku Laporan RAT Para Pemegang Saham Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah Tahun 2020.

⁵⁸ Sumber : Dokumentasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Menjadi anggota koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah dengan menyetorkan simpanan pokok sebesar Rp.100.000,-
- 2) Fotokopi KTP yang masih berlaku;
- 3) Fotokopi surat nikah (bagi yang sudah menikah);
- 4) Fotokopi Kartu Keluarga
- 5) Surat Keterangan Izin Usaha (bagi pembiayaan produktif);
- 6) Bersedia untuk disurvei lokasi usahanya;
- 7) Bersedia memberikan keterangan sesungguhnya dengan benar terkait materi survey dan wawancara;
- 8) Bersedia bekerjasama dengan sungguh-sungguh menjaga ukhuwah islamiyaa, saling ridho, dan untung menguntungan demi kemaslahatan bersama;
- 9) Denah lokasi rumah dan tempat usaha.

3. Produk Jasa

a. Pembelian pulsa

Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah juga melayani para anggota dalam pembiayaan pembelian pulsa, dengan tujuan memudahkan para anggota dalam pembelian pulsa.⁵⁹

b. Transfer Online

Transfer online ini merupakan jasa pengiriman uang yang dilakukan koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah kepada lembaga keuangan lainnya. Dengan produk ini, maka anggota dapat

⁵⁹ Sugiyo, Manajer Bisnis Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 2 November 2020.

dengan mudah dan cepat tidak harus menunggu lama jika ingin transfer uang.⁶⁰

c. Pembelian tiket pesawat

Produk ini diluncurkan untuk memudahkan para anggota dalam hal pembelian tiket pesawat, dan juga termasuk jasa antar ke bandara.⁶¹

d. Penyaluran Dana Sosial (zakat, infak, dan sedekah)

Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah juga melayani jasa pembayaran zakat, infak dan sedekah bagi para anggota yang ingin menyalurkan zakat, infak dan sedekahnya, sehingga memudahkan para anggota. Terutama dalam hal penyaluran zakat fitrah pada bulan Ramadhan.⁶²

Produk – produk yang ada di koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁶⁰ Sugiyo, Manajer Bisnis Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 2 November 2020.

⁶¹ Sugiyo, Manajer Bisnis Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 2 November 2020.

⁶² Sugiyo, Manajer Bisnis Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah, *Wawancara*, Bangkinang Kota, 2 November 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SIMPANAN	PEMBIAYAAN	JASA
SIMPANAN POKOK	PEMBIAYAAN PENGADAAN BARANG - Pembiayaan Akad Murabahah	PEMBELIAN PULSA
SIMPANAN WAJIB	PEMBIAYAAN MODAL USAHA - Pembiayaan Akad Mudharabah - Pembiayaan Akad Musyarakah	TRANSFER ONLINE
SIMPANAN SUKARELA		PEMBELIAN TIKET PESAWAT
SIMPANAN DEPOSITO		PENYALURAN DANA SOSIAL (Zakat, Infak, Sedekah)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*” yang artinya memimpin atau yang dikerjakan para jenderal perang dalam perencanaan untuk memenangkan peperang.⁶³ Ada banyak pengertian strategi menurut para ahli. Menurut Marrus, strategi yaitu suatu proses penentuan perencanaan oleh para pemimpin puncak yang fokusnya pada tujuan organisasi jangka panjang, dengan penyusunan suatu upayah atau cara tentang bagaimana dicapainya tujuan tersebut. Strategi secara khusus diartikan sebagai perlakuan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus-menerus, serta dilaksanakan menurut sudut pandang tentang yang diharapkan di masa depan oleh para pelanggan.⁶⁴

Kotler dan AB Susanto juga mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses yang bersifat sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok akan mendapatkan keinginan dan kebutuhan mereka dengan menawarkan, menciptakan, dan satu sama lain bertukar sesuatu yang bernilai.⁶⁵

⁶³ Arif Yusuf, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*,(Jakarta : Kencana, 2016), h.16.

⁶⁴ Dimas Hendika Wibowo, *Jurnal Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada batik Diajeng Solo)*, Vol.29 No.1 Desember 2015, h.60.

⁶⁵ M.Nur Rianto, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta,2010),h.6.

Sedangkan definisi pemasaran menurut Philip Kotler, yaitu suatu kegiatan manusia yang diarahkan dengan maksud memuaskan keinginan dan kebutuhan manusia melalui proses penukaran. Berdasarkan definisi-definisi tersebut terdapat beberapa istilah seperti : keinginan (*wants*), produk (*products*), kebutuhan (*needs*), permintaan (*demands*), transaksi (*transactions*), dan pasar (*markets*), pertukaran (*exchange*).⁶⁶

Pada intinya pemasaran merupakan serangkaian tindakan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Manajemen waktu dan produk yang tepat dapat memudahkan proses penciptaan nilai bagi pelanggan dan dapat terbangunnya hubungan baik antara keduanya. Jadi perusahaan-perusahaan akan bekerja dengan cara berbeda yang sesuai pattern bisnisnya, sehingga setiap individu, organisasi atau bahkan perusahaan pun mempunyai strategi yang berbeda dalam pencapaian pelanggan agar lebih cepat dari pesaing.⁶⁷

Dari beberapa pendapat tersebut maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa strategi pemasaran akan memberikan arah yang ada kaitannya dengan identifikasi pasar sasaran, segmentasi pasar, *positioning* dan bauran pemasaran⁶⁸

⁶⁶ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2002), h.3.

⁶⁷ Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi, & Isu-Isu Kontemporer*, (Depok : Rajawali Pers, 2017), h.124.

⁶⁸ T. Prasetyo Hadi, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta*, Vol 1, No.2, Oktober 2018, h.85.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Konsep Pemasaran

Munculnya konsep pemasaran yaitu pada pertengahan tahun 1950-an. Sebagai pengganti filosofi “buat dan jual” yang mengedepankan produk, lalu berpindah ke filosofi “pahami dan tanggapi” yang mengedepankan pada konsumen. Filosofi “buat dan jual” mengatakan bahwa konsumen akan membeli barang apa saja yang telah diproduksi oleh perusahaan, namun terdapat kelemahan dari filosofi ini yaitu tak jarang produk yang telah diproduksi oleh perusahaan tidak terserap atau tidak sesuai keinginan pasar, karena produk yang dibuat tidak mengacu pada apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Tentu hal seperti pasti berakibat besar pada produk perusahaan yang tidak terserap di pasar, meskipun dengan canggih dan bagusnya produk yang di buat tersebut, namun karena tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat maka produk tersebut tidak laku di pasaran.⁶⁹

Sementara filosofi “pahami dan tanggapi” mengacu bahwa pembuatan produk itu haruslah berdasarkan keinginan dan kebutuhan dari konsumen, sehingga produk yang diproduksi benar-benar produk yang dibutuhkan konsumen. Kunci utama dari filosofi tersebut adalah riset pasar, yaitu agar produk dibuat berdasarkan keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebagai masrketer atau pemasar harus mampu memahami dan mengerti pelanggannya secara emosional, sehingga kebutuhan dan

⁶⁹ M.Nur Rianto, *Op.Cit.*, h.6.

keinginan konsumen bisa di mengerti oleh marketer dan pada akhirnya akan menghasilkan suatu produk yang dibutuhkan konsumen.⁷⁰

Dalam konsep pemasaran bahwa mencapai tujuan organisasi terdiri dari keinginan pasar sasaran, penentuan kebutuhan, disertai memberikan kepuasan kepada para konsumen secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dari para pesaing bisnis merupakan kuncinya. Tjiptono dan Chandra mengatakan lebih rinci mengenai nilai pelanggan atau biasa disebut *customer value* yaitu rasio antara apa yang diperoleh dan berikan pelanggan.⁷¹

Terdapat empat pilar dalam konsep pemasaran yaitu pasar sasaran, pemasaran yang terintegrasi (*integrated marketing*), kebutuhan konsumen, dan profitabilitas.⁷² Tujuan akhir dari konsep pemasaran ini yaitu membantu tujuan dari organisasi agar tercapai sesuai dengan target. Sedangkan tujuan yang utama dari organisasi perbisnisan yaitu laba atau keuntungan, sedangkan tujuan dari organisasi nirlaba dan organisasi sosial adalah mendapatkan dana untuk mendanai kegiatan yang bersifat sosial ataupun aktivitas pelayanan publik. Beberapa konsep inti dalam pemasaran yaitu :⁷³

⁷⁰ M.Nur Rianto, *Op.Cit.*, h.6.

⁷¹ *Ibid*, h.7.

⁷² *Ibid*, h.7.

⁷³ Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Jakarta : Kencana, 2017),



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Kebutuhan, keinginan, dan permintaan

Kebutuhan yaitu sebagai persyaratan hidup dasar manusia. Kebutuhan akan bergeser ke keinginan apabila diarahkan ke suatu objek tertentu. Permintaan adalah keinginan akan berbagai produk tertentu ditambah dengan kemampuan dalam pembayaran.

- b. Pasar sasaran, *positioning*, dan segmentasi.

Target jasa atau barang yang diproduksi harus jelas target sarannya, sedangkan dalam penentuan pasar, memiliki beberapa analisis.

- c. Penawaran dan merk

Penawaran sebenarnya memberikan pengertian yang berkaitan dengan jasa atau produk yang dijual di pasar. Merk dapat menjadi dasar konsumen dalam memutuskan pembelian barang atau jasa.

- d. Nilai dan kepuasan

Nilai menggambarkan sebuah manfaat berwujud maupun yang tidak berwujud, dengan biaya yang dipresepsikan pelanggan. Pada hakikatnya kepuasan dapat menggambarkan penilaian seseorang terhadap kinerja produk dan anggapannya dalam kaitannya dengan ekpetasi.

- e. Saluran pemasaran

Dalam pencapaian pasar sasaran, pemasar atau marketer dapat menggunakan tiga jenis dari saluran pemasaran, yaitu terdiri saluran distribusi, saluran layanan dan saluran komunikasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f. Rantai pasokan

Rantai pasokan yaitu suatu saluran pemasaran yang lebih panjang, membentang mulai dari bahan mentah hingga komponen sampai produk akhir diantarkan kepada pembeli akhir.

g. Persaingan

Persaingan adalah mencakup penawaran dan produk substitusi yang ditawarkan oleh pesaing baik yang aktual maupun yang potensial, yang dipertimbangkan pembeli.⁷⁴

h. Lingkungan pemasaran

Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan demografis dan lingkungan tugas.⁷⁵

3. Pemasaran Syariah

Pemasaran merupakan bentuk muamalah yang dibolehkan dalam ajaran Islam sepanjang dalam proses pemasarannya masih sesuai dengan aturan Islam dan menjauhi larangannya. Singkatnya pemasaran merupakan praktik muamalah yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam dengan melibatkan berbagai pihak yang ada kepentingannya dengan pemasaran untuk memperoleh manfaat dan nilai. Sehingga pemasaran merupakan bentuk dari kesepakatan bisnis yang dibuat manusia untuk ditaati.⁷⁶

Dalam pemasaran syariah, selain berorientasi pada keuntungan juga turut berorientasi pada tujuan keberkahan hidup di dunia. Perpaduan dari

⁷⁴ *Ibid*, h.9.

⁷⁵ *Ibid*, h.9.

⁷⁶ Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Op.Cit.*, h.25.

konsep keberkahan dan keuntungan inilah sehingga melahirkan konsep *masalah*, yaitu perusahaan yang berbasis syariah akan mengutamakan pada pencapaian *masalah* yang lebih optimal. Konsep keberkahan menurut sebagian pihak merupakan konsep yang abstrak karena tidak dapat dibuktikan secara keilmuan yang ilmiah, namun ini menjadi konsep inti pada pemasaran syariah yang menjadi landasan suatu perusahaan yang berorientasi syariah.⁷⁷

Pemasaran syariah merupakan sebuah bisnis strategis yang lebih mengarah pada proses penawaran, penciptaan, dan perubahan nilai dari suatu *inisiator* kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Dan merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah.⁷⁸

Pemasaran syariah lebih menekankan pada nilai berdasarkan pada inisiatif *stakeholder* dengan cara memegang prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Sedangkan pengertian pemasaran syariah yang dikemukakan oleh Hussnain lebih menekankan pada strategi maksimalisasi nilai dalam pencapaian kesejahteraan dengan memakai aturan Al-Qur'an dan Sunah sebagai panduannya.⁷⁹

⁷⁷ M. Nur Rianto, *Op.Cit.*, h.19.

⁷⁸ Nurul Huda dkk, *Op.Cit.*,h.47.

⁷⁹ Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Op.Cit.*,h.134.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemasaran syariah merupakan tingkatan paling tinggi dalam kegiatan pemasaran yaitu spiritual *marketing*, di mana menjunjung tinggi nilai-nilai, etika dan noma. Hal-hal inilah terkadang dilanggar oleh pemasaran yang konvensional, sehingga mengakibatkan para konsumen akhirnya kecewa pada produk barang atau jasa yang dibeli atau dikonsumsi karena berbeda atau tidak sesuai dengan apa yang telah dijanjikan atau yang dipromosikan oleh para pemasar.⁸⁰

Adapun karakter yang harus ada dalam pemasaran syariah yaitu :⁸¹

a. Ketuhanan (*Rabbaniyah/religious*)

Rabbaniyah atau ketuhanan yaitu konsep-konsep, peraturan, hukum, nilai dan prinsip-prinsip yang terkandung dalam ajaran Islam yang bersumber dari wahyu Allah Swt. dalam Al-Quran dan Hadis Rasulullah Saw. yang mana, Rasulullah hanyalah selaku penyampai pesan dari Allah Swt. *Rabbaniyah* merupakan karakteristik yang paling inti dan fondasi yang utama pemasaran syariah, sistem, pelaku, dan tujuan akhirnya.

Marketer pemasar yang mempunyai jiwa teistis akan mampu melakukan strategi pemasaran seperti segmentasi pasar, target pasar, lokasi, dan bauran pemasaran dengan membedakan baik dan buruk atau halal dan haramnya suatu produk. Dalam ajaran Islam menyebutkan bahwa karakteristik yang sifatnya ketauhidan akan menjadi sebuah prinsip fundamental, sehingga pemasaran tidak

⁸⁰ Nurul Huda dkk, *Op.Cit.*, h.50.

⁸¹ Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Op.Cit.*, h.184.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



sekedar pemenuhan kebutuhan, namun lebih dari itu yaitu terkait semua perlakuan manusia yang akan di hisab dan dipertanggung jawabkan di akhirat. Hal inilah sebagai ciri khas dan sekaligus perbedaan antara konsep dasar pemasaran Islam dengan pemasaran konvensional.⁸²

b. Etis (*Akhlaqiyah*)

Hal penting dalam karakter *akhlaqiyah* pelaku pemasaran yaitu dengan selalu memperkuat dan mengukuhkan hubungan dengan Allah Swt. sebagai pencipta, menundukkan pandangan dan memelihara kehormatan, menjaga diri dari sesuatu yang mengakibatkan dosa, berkata yang baik dan jujur, menjaga lisan terhadap orang lain, istiqomah dan teguh dalam kebenaran, bersikap lemah lembut, kasih sayang, benar, rendah hati (*tawadhu*), jiwa atau diri yang siap berkorban kapan saja dibutuhkan serta senantiasa *positive thinking* serta semangat dalam membangun.⁸³

Kartajaya dan Sula menjabarkan bahwasannya akhlak adalah turunan dari sifat teistis atau ketauhidan. Selain bersifat ketuhanan pemasaran syariah juga lebih mengutamakan nilai moral dan etika, bahkan agama manapun juga sangat berpegang pada etika yang bersifat universal. Allah mengutus Rasulullah sebagai penyempurnaan akhlak. Oleh karena itu, pemasaran syariah menutamakan akhlak

⁸² *Ibid*, h.185.

⁸³ *Ibid*, h.188.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dalam pelaksanaan strategi pemasarannya, itu berarti juga memegang teguh sunah dari Rasulullah Saw.⁸⁴

c. Realistis (*Al-Waqi'iyah*)

Al-Waqi'iyah berarti nyata atau realistis. Islam diturunkan untuk berinteraksi dengan realitas objektif yang nyata adanya. Selain itu, ajaran Islam juga didesain untuk diterapkan secara nyata dalam kehidupan manusia di dunia.⁸⁵

Menurut terminologi ilmu fikih bahwasannya karakter dari *al-Waqi'iyah* adalah kelonggaran, artinya wilayah yang di sengaja tidak terjamah oleh hukum tekstual. Wilayah ini termasuk media dalam melaksanakan ijtihad sesuai dengan indikator atau sesuai dengan konteksnya. Namun, petunjuk teks yang sudah jelas akan menjadi pedoman utama dalam membuat ijtihad. Keutamaan tersebut diberikan oleh Allah Swt agar ajaran Islam dapat diterapkan mengikuti alur zaman. Seperti ketentuan dalam bermuamalah yang diajarkan dalam Islam sudah sangat jelas, baik syarat sahnya maupun rukunnya.⁸⁶

d. Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Insaniyyah berasal dari kata *insane* yang artinya manusia. Singkatnya *insaniyyah* dapat diartikan sebagai manusiawi. Karakter ini juga merupakan karakter yang ada dalam ajaran Islam yang mana Islam memang pedoman hidup manusia yang Allah Swt tetapkan

⁸⁴ *Ibid*, h.189.

⁸⁵ *Ibid*, h.189.

⁸⁶ *Ibid*,h.190.

sesuai dengan sifat dan unsur kemanusiaan. Kartajaya dan Sula menjelaskan bahwa pengertian dari humanis lebih mengacu kepada penciptaan syariah sebagai sarana dalam mengangkat derajat manusia, serta terpelihara dan terjaga sifat kemanusiaannya serta mengikat atau menahan sifat kerakusannya.⁸⁷

Salah satu perwujudan karakteristik insaniyyah ini adalah prinsip persaudaraan manusia atau biasa disebut ukhuwa insaniyyah. Allah Swt. menciptakan manusia berbeda-beda, berbangsa-bangsa, bersuku-suku agar manusia saling mengenal sebagai bentuk persaudaraan antar manusia. Dengan hal itu, Allah Swt. hendak mengenalkan kepada manusia tentang pentingnya sebuah persaudaraan dan menghargai orang lain. Dengan pemahaman yang benar kita dapat terhindar dari perilaku tercela.⁸⁸

4. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang terkontrol dan disatukan perusahaan agar menghasilkan respon yang diinginkan pasar, dalam bauran pemasaran memiliki empat dasar yaitu produk, promosi, harga, dan distribusi atau yang dikenal dengan 4p (*product, price, promotion, place*). Marketing mix atau bauran pemasaran merupakan serangkaian alat yang perusahaan

⁸⁷ *Ibid*, h.191.

⁸⁸ *Ibid*, h.192.

gunakan secara terus-menerus dalam pencapaian tujuan pemasarannya di pasar sasaran.⁸⁹

Berikut ini merupakan unsur-unsur dari bauran pemasaran menurut Philip Kotler :

a. Product (Produk)

Produk yang dihasilkan perusahaan, tentu didesain memiliki keunggulan dari produk yang dihasilkan pesaing yang nantinya akan bersaing di pasar. Penjualan yang berhasil ditentukan dengan produk dan jasa yang dihasilkan apakah telah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau tidak sama sekali.⁹⁰

Jika dipandang dalam prespektif syariah, suatu produk yang akan dipasarkan atau ditawarkan haruslah produk yang halal dan berkualitas terbaik, bukan sebaliknya demi menginginkan keuntungan yang besar sehingga memutuskan untuk menurunkan kualitas suatu produk. Dan juga kualitas dari produk yang ditawarkan harus berdasarkan keputusan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli dari produk tersebut.⁹¹

⁸⁹ Wahju Wulandari, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepurusan Pembelian Pada Waserda UKM Mart Koperasi Karyawan Widyagama Malang" Jurnal Manajemen dan Akuntansi. Vol.1 No. 3, Desember 2012, h.49.

⁹⁰ Ita Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix Dalam Prespektif Syariah*, Vol 4, No.1, Maret 2014, h.79.

⁹¹ *Ibid*, h.78.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Price (Harga)

Pemasar dapat menentukan harga jual dan harga pokok suatu produk pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga suatu produk yaitu biaya yang dikeluarkan, keuntungan yang diharapkan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan pergeseran keinginan pasar.⁹²

Dalam prespektif syariah proses penetapan harga tidaklah terlalu sulit dan tidak terlalu rumit, penetapan harga mengacu pada besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi yang dapat menyebabkan kesusahan salah satu pihak.⁹³

c. Promotions (Promosi)

Promosi merupakan suatu komponen yang digunakan untuk memberitahukan bahkan mempengaruhi pasar bagi produk yang dihasilkan perusahaan, sehingga pasar mengenal dan memahami tentang produk yang telah diproduksi oleh perusahaan yang melakukan promosi tersebut. Ada beberapa kegiatan yang termasuk ke dalam promosi seperti promosi penjualan, periklanan, dan publisitas. Sedangkan tujuan dilakukannya promosi yaitu agar konsumen mengenali dan memahami tentang produk tersebut dan pada akhirnya membeli produk tersebut.⁹⁴

⁹² M. Nur Rianto, *Op.Cit.*, h.15.

⁹³ *Ibid*, h.80.

⁹⁴ *Ibid*, h.15.

Sedangkan menurut prespektif syariah promosi merupakan usaha menyampaikan informasi yang benar dari produk yang ditawarkan kepada pelanggan atau konsumen. Berkaitan dengan hal itu ajaran Islam sangat menekankan agar menghindari unsur penipuan atau memberikan informasi yang tidak benar bagi para calon konsumen, artinya ajaran Islam menekankan pada kejujuran dalam perdagangan.⁹⁵

d. *Place* (Tempat)

Tempat atau *place* dapat diartikan sebagai distribusi produk dan tempat usaha yang dapat menentukan keberhasilan strategi pemasaran yang efektif. Dalam ajaran Islam keberadaan manusia, peralatan, perusahaan yang ikut dalam proses pemasaran harus transparan dan sesuai keinginan pelanggan.⁹⁶

Hal-hal yang perlu diperhatikan dari keputusan menentukan tempat yaitu:⁹⁷

- 1) Sistem transportasi menuju perusahaan.
- 2) Sistem penyimpanan perusahaan.
- 3) Pemilihan dan penentuan saluran distribusi.

Saluran pemasaran atau distribusi didefinisikan juga sebagai lokasi suatu perusahaan. Hendaknya letak suatu perusahaan mudah dijangkau masyarakat atau target konsumen, seperti di pusat kota atau

⁹⁵ Ita Nurcholifah, *Op.Cit.*, h.83.

⁹⁶ Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Op.Cit.*, h.166.

⁹⁷ *Ibid*, h.16.

disekitar pusat perbelanjaan. Seorang pebisnis semestinya mampu dalam memilih lokasi yang representatif dan mudah dilihat oleh masyarakat.⁹⁸

Sedangkan dalam prespektif syariah, saluran pemasaran atau lokasi usaha boleh dimana saja dengan syarat tempat tersebut jelas legalnya bukan tempat yang dipersangketakan keberadaannya. Namun ada yang mengatakan Islam lebih menekankan pada kedekatan perusahaan dengan pasar. Namun hal itu merupakan salah satu upaya dalam menghindari pengecatan barang sebelum sampai ke pasar.⁹⁹

B. Pembiayaan Murabahah

1. Pengertian Murabahah

Murabahah menurut bahasa berasal dari kata *ribhu*, yang memiliki arti keuntungan. Singkatnya murabahah merupakan akad jual beli harga barang ditambah keuntungan (*margin*) yang disepakati di awal akad. Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No.4 Tahun 2000, murabahah yaitu menjual barang dengan menegaskan atau menyampaikan harga beli dari barang tersebut dan pembeli membayarnya dengan harga beli yang sudah ditambah dengan margin sebagai labanya.¹⁰⁰

Dapat disimpulkan bahwa murabahah adalah suatu akad jual beli barang dengan menyatakan harga pokok atau biaya yang dikeluarkan, dan

⁹⁸ Ita Nurcholifah, *Op.Ci.*, h. 83.

⁹⁹ *Ibid*, h.84.

¹⁰⁰ Nurnasrina & P. Adiyes Putra, *Kegiatan Usaha Bank Syariah*, (Depok Sleman Yogyakarta : Kalimedia, 2018), h.75.

menyatakan keuntungan yang diinginkan sesuai kesepakatan kedua pihak. Jadi dalam karakteristik murabahah si penjual harus menyatakan atau memberitahukan kepada pembeli harga pokok dari barang dan juga menyatakan harga jualnya setelah keuntungan ditambah biaya pokok.¹⁰¹

Dewan Syariah Nasional mengeluarkan fatwa Nomor 04/DSN-MUI/IV/2000 yang berkenaan dengan pembiayaan murabahah. Fatwa tersebut berperan sebagai pedoman bagi bank syariah yang mempunyai fasilitas murabahah dan dipertegas dalam Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah dengan ketentuan bahwa pembiayaan murabahah adalah akad murabahah yang harus dilakukan oleh nasabah dan bank yang bersih dari unsur riba dan haram.¹⁰²

2. Dasar Hukum Murabahah

Landasan syariah dibolehkannya akad jual beli murabahah adalah sebagai berikut :¹⁰³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ أَلَّهُ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu, dan janganlah membunuh dirimu. Dan sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”

¹⁰¹ *Ibid*, h. 77.

¹⁰² *Ibid*, h.529.

¹⁰³ Q.S. An-Nisa (4): 29.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Rukun dan Syarat Murabahah

Dalam transaksi jual beli murabahah harus memenuhi syarat-syarat dan rukun-rukunnya, yaitu sebagai berikut:¹⁰⁴

- a. Penjual (Ba,i= pihak yang mempunyai barang)
- b. Pembeli (*Musyteri* = pihak yang akan membeli barang)
- c. harga (*Mabi*)
- d. *Ijab Qabul*

Adapun persyaratan dari jual beli murabahah terdiri dari :¹⁰⁵

- a. Penjual menginformasikan biaya pokok barang kepada nasabah atau pembeli.
- b. Kontrak atau perjanjian akad harus sah sesuai syarat dan rukun yang telah ditetapkan.
- c. Kontrak harus terbebas dari hal-hal yang bertentangan dengan ajaran Islam, yaitu terbebas dari riba.
- d. Penjual harus jujur kepada pembeli apabila ada kecacatan pada produk yang dijualnya.
- e. Penjual harus menyampaikan secara jelas dan tidak rumit semua yang terkait dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang maka penjual harus menyampaikannya secara jelas dan tepat.

¹⁰⁴ Nurnasrina & P. Adiyes Putra, *Op.Cit.*, h.78.

¹⁰⁵ *Ibid*, ,h.79.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Jenis-jenis murabahah

- a. Murabahah dengan pesanan

Konsep murabahah jenis ini menyatakan bahwa penjual akan membeli barang jika ada pesanan barang dari pembeli. Murabahah jenis ini bersifat mengikat maupun tak mengikat pembeli dalam membeli barang yang telah dipesannya. Apabila sifatnya mengikat, artinya pembeli wajib atau harus membeli barang yang dipesannya dan tidak ada pembatalan pesanan.¹⁰⁶

- b. Murabahah tanpa pesanan

Sedangkan konsep dari murabahah tanpa pesanan yaitu, bank syariah atau lembaga keuangan syariah tetap akan menyediakan barang walaupun tidak dipesan oleh pembeli. Ini berarti penyediaan barang tidak bergantung pada pesanan pembeli.¹⁰⁷

Berdasarkan peruntukannya, pembiayaan murabahah terbagi menjadi tiga macam yaitu Murabahah Modal Kerja (MMK), Murabahah Investasi (MI), dan Murabahah Konsumsi (MK). Murabahah Modal Kerja (MMK) yaitu pembelian barang untuk modal kerja. Murabahah Investasi (MI) yaitu pembiayaan jangka panjang hingga jangka menengah dalam pembelian barang modal untuk keperluan perluasan proyek, pembuatan proyek dan rehabilitasi. Sedangkan Murabahah Konsumsi (MK), yaitu pembiayaan dengan

¹⁰⁶ Umami Kulsum & Eka Rizky Saputra, *Penyertaan Akad Wakalah Pada Pembiayaan Murabahah Studi di BNI Syariah Cabang Kendari*, Vol 1, No.1, (Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam IAIN Kendari, Juni 2016),h.5

¹⁰⁷ *Ibid*, h.5.

tujuan non bisnis yang dilakukan individu seperti pembiayaan kendaraan dan rumah.¹⁰⁸

5. Pembiayaan murabahah pada LKS

Dalam perbankan syariah, penerapan akad murabahah difungsikan pada produk *lending*. Beberapa penerapan transaksi murabahah pada bank syariah adalah sebagai berikut:¹⁰⁹

- a. Pembiayaan konsumtif yaitu pembiayaan dalam pengadaan barang sebagai kebutuhan.
- b. Pembiayaan produktif yaitu pembiayaan untuk keperluan usaha.

Pembiayaan jenis ini terdiri dari dua macam yaitu:

- 1) Pembiayaan investasi, seperti pembelian kebun dan lahan.
- 2) Pembiayaan modal kerja, seperti pembelian bahan mentah, barang setengah jadi dan lain-lain.¹¹⁰

Proses murabahah di lembaga keuangan syariah terdiri dari dua tahap yaitu:¹¹¹

- a. Tahap pertama, yaitu perjanjian atau pembelian barang pada supplier oleh lembaga keuangan syariah yang dipesan nasabah secara tunai.
- b. Tahap kedua, yaitu perjanjian atau akad jual beli barang antara nasabah dan lembaga keuangan syariah, dimana lembaga keuangan syariah

¹⁰⁸ *Ibid*, h.5.

¹⁰⁹ Nurnasrina & P. Adiyes Putra, *Op.Cit.*, h.84.

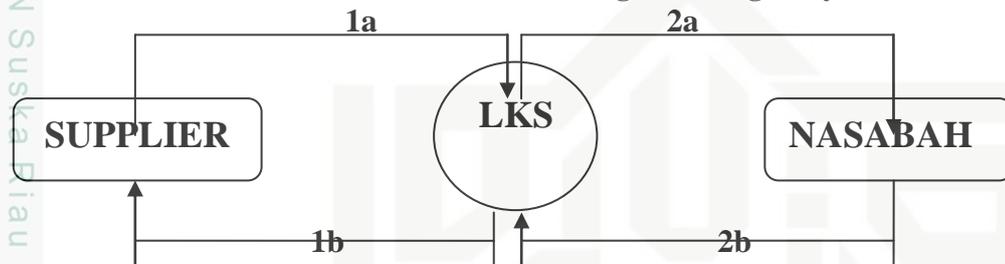
¹¹⁰ Nurnasrina & P. Adiyes Putra, *Op.Cit.*, h.84.

¹¹¹ Royyan Ramdhani Djayusman, "Murabahah antara Teori dan Praktik: Analisis Fiqh dan Keuangan", *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, Vol 6, No.2, h.282.

menjual barangnya dengan harga pokok ditambah keuntungan yang telah disepakati nasabah dan lembaga keuangan syariah.

Adapun gambaran tentang skema murabahah dapat dilihat pada Gambar di bawah ini :¹¹²

Gambar III.1
Skema Murabahah di Lembaga Keuangan Syariah



Keterangan :¹¹³

- 1a. Supplier menjual barang secara tunai kepada lembaga keuangan syariah.
- 1b. Lembaga keuangan syariah membayar secara tunai kepada supplier.
- 2a. lembaga keuangan syariah menjual barang tersebut secara tunai maupun dengan angsuran.
- 2b. Nasabah membayar dengan tunai atau angsuran, sesuai kesepakatan kedua pihak.

C. Pembiayaan Mudharabah

1. Pengertian Mudharabah

Para fuqaha mendefinisikan mudharabah yaitu suatu akad kerjasama dua pihak, yang mana satu pihak sebagai pemodal, dan pihak lainnya

¹¹² *Ibid*, h.282.

¹¹³ *Ibid*, h.283.

sebagai pengelola modal, sedangkan keuntungan akan dibagi sesuai kesepakatan kedua pihak saat melakukan akad.¹¹⁴

Apabila terjadi kerugian akibat kelalaian pengelola, maka yang bertanggungjawab adalah si pengelola. Namun apabila kerugian disebabkan bukan karena kelalaian atau kecurangan pengelola, maka yang menanggungnya adalah si pemodal.¹¹⁵

2. Dasar Hukum Mudharabah

Adapun dasar hukum mudharabah yang lebih menganjurkan pada usaha adalah dalam Firman Allah SWT dalam surat Al-Jumu'ah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ
كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.¹¹⁶

Firman Allah dalam surat al-Muzammil (73) ayat 20 :¹¹⁷

عَلِمَ أَنَّ سَيَكُونُ مِنْكُمْ مَرْضِيٌّ ۖ وَءَاخِرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ
فَضْلِ اللَّهِ ۖ وَءَاخِرُونَ يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۖ

¹¹⁴ Rahman Ambo Masse, “ *Konsep Mudharabah Antara Kajian Fiqh dan Penerapan Perbankan*”, (Jurnal Hukum Diktum, STAIN Parepare,2010),Vol 8, No.1, h.78.

¹¹⁵ Nurnasrina & P. Adiyes Putra, *Op.Cit.*, h.109.

¹¹⁶ Q.S. Al-Jumu'ah (28) : 10

¹¹⁷ Q.S. Al-Muzzammil (29):20.

“Dia mengetahui bahwa akan ada di antara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah”.

Muhammad Asad menjelaskan bahwa ayat-ayat tersebut memiliki kemungkinan ada kaitannya dengan mudharabah, yaitu pengertian perjalanan menunjukkan arti perjalanan dalam tujuan dagang.¹¹⁸

3. Rukun dan Syarat Mudharabah

Berikut merupakan rukun-rukun dalam akad mudharabah yaitu:¹¹⁹

a. Pelaku (pemodal dan pengelola)

Harus ada paling sedikit dua pelaku dalam akad mudharabah, yaitu pihak pemodal (*shahibul maal*) dan pihak pengelola usaha (*mudharib*).

b. Objek mudharabah (modal dan kerja)

Modal sebagai objek mudharabah diserahkan oleh pemodal kepada pengelola. Sedangkan kerja sebagai objek mudharabah diserahkan oleh pelaku usaha. Modal dapat berbentuk barang atau uang yang dirinci berapa nilai uang dari barang yang diserahkan sebagai modal. Sedangkan kerja yang diserahkan dapat berbentuk keterampilan dan keahlian dari pengelola usaha.

Sebenarnya para fuqaha berendapat bahwa menyetorkan barang sebagai modal itu tidak boleh, dan harus uang tunai. Pendapat seperti

¹¹⁸ Firdaweri, *Perikatan Syari'ah Berbasis Mudharabah (Teori Dan Praktik)*, Vol 6, No.2, Juli 2014, h.62.

¹¹⁹ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2016),h.205.

itu timbul karena suatu barang tidak pasti taksiran harganya sehingga menyebabkan *gharar* (ketidakpastian) pada modal mudharabah. Namun para ulama dengan mazhab Hanafi membolehkan barang sebagai setoran modal dengan syarat nilai barang modal harus disepakati oleh pemodal dan pengelola. Yang jelas tidak boleh yaitu belum disetornya modal oleh pemodal kepada pengelola. Telah bersama disepakati oleh para fuqaha bahwa tidak boleh melakukan akad mudharabah dengan hutang. Intinya, tanpa setoran modal dari pemodal, artinya pemodal tidak ada kontribusi sedikitpun pada mudharib yang telah bekerja. Hal tersebut dilarang ulama Syafi'i dan Maliki karena dapat merusak sahnya akad mudharabah.

c. Persetujuan kedua belah pihak (*ijab-qabul*)

Persetujuan kedua belah pihak merupakan realisasi dari prinsip *an-taraddin minkum* (sama-sama rela) dalam ekonomi syariah. Dalam *ijab-qabul* ini harus saling bersepakat agar mengikat diri dalam akad mudharabah. *Shahibul maal* menjalankan perannya sebagai pemberi dana, sedangkan *mudharib* menjalankan perannya sebagai pelaksana kerja.

d. Nisbah

Rukun yang khas dalam mudharabah adalah nisbah, karena nisbah tidak ada dalam akad jual beli. Nisbah yaitu suatu imbalan yang berhak diterima oleh *shahibul maal* dan *mudharib* atas kontribusinya dalam akad mudharabah. Nisbah keuntungan inilah yang akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



mencegah perselisihan antara *shahibul maal* dan *mudharib* mengenai cara pembagian keuntungan.¹²⁰

Sedangkan syarat sahnya mudharabah adalah sebagai berikut:¹²¹

- 1) Modal atau barang harus berbentuk uang tunai, jika barang berbentuk perhiasan, emas batangan dll, maka akad mudharabah tersebut menjadi batal.
- 2) Bagi orang-orang yang akan berakad, maka harus mampu melakukan *tasharruf*, akad tidak boleh dilakukan oleh anak kecil, orang yang dalam kuasa orang lain, orang gila. Jika terjadi seperti itu maka akad mudharabahnya menjadi batal.
- 3) Agar dapat membedakan modal dengan laba, maka modal yang diserahkan haruslah jelas. Karena laba atau keuntungan inilah yang akan dibagi kedua belah pihak sesuai dengan kesepakatan nisbag di awal akad.
- 4) Pembagian keuntungan antara *shahibul maal* dan *mudharib* harus jelas.
- 5) Pemodal melafazkan *ijab*, sedangkan pengelola atau pengusaha melafazkan *qabul*.

¹²⁰ *Ibid*, hal.206.

¹²¹ Rahman Ambo Masse, *Op.Cit.*, hal.79.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Jenis-Jenis Mudharabah¹²²

a. *Mudharabah muthlaq*

Mudharabah muthlaq yaitu pemodal memberikan modalnya kepada pengelola, yang mana tidak ada pembatasan usaha kepada pengelola. Contohnya seperti: kata pemilik modal “*saya berikan modal ini kepada anda untuk membuka usaha dengan akad mudharabah, dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi dua sesuai kesepakatan kita.*” Dilihat dalam akad tersebut, pemodal tidak mengatakan mengenai jenis usaha, lokasi usaha, dan syarat-syarat lainnya.

b. *Mudharabah muqayyad*

Mudharabah muqayyad merupakan akad kerjasama dimana pemilik modal memberikan batasan yang berkaitan dengan jenis usaha, tempat usaha, dimana barangnya harus dibeli dan batasan lainnya.

5. Pembiayaan mudharabah pada LKS

Ketentuan pembiayaan mudharabah pada lembaga keuangan syariah :¹²³

- a. Pembiayaan mudharabah yang disalurkan lembaga keuangan syariah kepada nasabahnya bertujuan untuk memberikan nasabah kesempatan membuka usaha yang produktif dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

¹²² Safrida, “*Hukum Pelaksanaan mudharabah dengan Modal berbentuk Barang menurut Wahbah Az-zuhaili (Studi Kasus di Desa Simandulang Kecamatan Kualuh Leidong kabupaten Labuhanbatu Utara)*”, Skripsi di Fakultas Syariah dan Hukum, (Medan: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sumatera Utara, 2017), h.38.

¹²³ Nurnasrina & P.Adiyes Putra, *Op.Cit.*,h.111.

- b. Lembaga keuangan syariah sebagai pemilik dana menyetorkan 100% dananya kepada pengelola usaha atau nasabah. Sedangkan nasabah sebagai pengelola usaha menjalankan usahanya dengan sebaik mungkin.
- c. Cara pengembalian dana, pembagian keuntungan dan jangka waktu usaha ditentukan atas kesepakatan lembaga keuangan syariah dengan pengelola atau nasabah.
- d. Pengelola usaha boleh melakukan berbagai macam usaha sesuai dengan yang telah disepakati bersama lembaga keuangan syariah terkait. Sedangkan lembaga keuangan syariah tidak ikut serta dalam pengelolaan perusahaan, namun tetap memiliki tugas membina dan mengawasi operasional perusahaan.
- e. Jumlah modal harus dinyatakan dengan jelas dan dalam bentuk uang tunai.
- f. Sebagai pemodal, maka lembaga keuangan syariah bertanggung jawab atas kerugian usaha, apabila kerugian tersebut tidak disebabkan oleh kelalaian atau kecurangan pengelola usaha.
- g. Sebenarnya dalam akad pembiayaan mudharabah tidak ada jaminan, namun untuk mencegah pengelola atau *mudharib* melakukan penyimpangan, maka lembaga keuangan syariah meminta jaminan kepada mudharib. Sementara jaminan ini hanya boleh dicairkan apabila terbukti *mudharib* melakukan penyimpangan dari kesepakatan dalam akad.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- h. Mekanisme pembiayaan akad mudharabah pada lembaga keuangan syariah berpedoman pada fatwa DSN, seperti mekanisme pembagian keuntungan, kriteria pengusaha, dan prosedur pembiayaan. Sedangkan biaya operasional dibebankan kepada mudharib.
- i. Lembaga keuangan syariah sebagai penyandang dana berhak mendapat ganti rugi biaya yang telah dikeluarkan apabila *mudharib* melakukan pelanggaran kesepakatan akad.

D. Koperasi

1. Pengertian Koperasi

Kata koperasi berasal dari Bahasa Inggris, *Co* dan *operation*. *Co* diartikan bersama, sedangkan *operation* diartikan usaha. Penggabungan kata- kata ini akan menghasilkan sebuah kata yaitu suatu usaha yang dilakukan bersama.¹²⁴

Menurut undang-undang nomor 25 tahun 1992, tentang Perkoperasian Indonesia, menjelaskan bahwa koperasi adalah badan usaha yang kenaggotaannya terdiri dari orang-orang atau badan hukum koperasi yang kegiatannya berlandaskan prinsip koperasi dan gerakan ekonomi rakyat dengan asas kekeluargaan.¹²⁵

Dari segi ekonomi, pengertian koperasi adalah persatuan beberapa orang dalam satu tujuan demi kepentingan ekonomi dengan cara kekeluargaan dan gotong royong.¹²⁶

¹²⁴ Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Yudharta Pasuruan, *Ekonomi Koperasi* ,(Pasuruan : Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan, 2018), h.4.

¹²⁵ *Ibid*, h.5.

¹²⁶ *Ibid*, h.6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Moh. Hatta sebagai bapak koperasi Indonesia mendefinisikan bahwa koperasi adalah upaya bersama dalam suatu usaha untuk memperbaiki kehidupan ekonomi dengan cara tolong menolong.¹²⁷

Dari beberapa pengertian koperasi tersebut, maka dapat dipahami bahwa koperasi adalah persatuan sekumpulan orang-orang yang sukarela berjuang untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat daerah kerja umumnya.¹²⁸

Adapun yang menjadi tujuan dari koperasi yaitu ikut serta mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur sesuai Pancasila, dengan cara memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat serta ikut andil membangun tatanan perekonomian nasional.¹²⁹

2. Landasan Koperasi dan Asas Koperasi

Landasan koperasi adalah sebagai berikut :¹³⁰

- a. Pancasila sebagai landasan Idiil atau ideologi dasar koperasi di Indonesia.
- b. Dalam UUD 45 pasal 33 ayat 1 sebagai landasan structural koperasi yang berisikan bahwa perekonomian disusun bersama berdasarkan asas kekeluargaan.

¹²⁷ *Ibid*, h.31.

¹²⁸ *Ibid*, h.21.

¹²⁹ Ikhsan Rochmadi, *Analisis Dampak Perdagangan Bebas dan Global pada Bergesernya Nilai Budaya, Prinsip dan Tujuan Koperasi*, Vol 4, No.2, Desember 2011, h.48.

¹³⁰ *Ibid*, h.7.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Garis Besar Haluan Negara (GBHN) sebagai landasan operasional koperasi, yang berisikan tentang arah pembangunan koperasi dan menyatakan bahwa koperasi adalah suatu badan usaha yang sudah sesuai dengan UUD 1945.
- d. Setia kawan dan kesadaran sebagai landasan mental dari koperasi.

Dalam Pasal 2 UU No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian mengatakan bahwa koperasi di Indonesia berdasarkan asas kekeluargaan. Dipilihnya asas kekeluargaan ini karena asas ini memang sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia dan telah berurat-berakar pada masing-masing jiwa di Indonesia.

3. Prinsip-prinsip Koperasi

Prinsip-prinsip koperasi adalah sebagai pedoman bagi koperasi dalam melaksanakan nilai-nilai yang harus ada pada koperasi dalam praktek, adapun yang menjadi prinsip-prinsip koperasi adalah:¹³¹

- a. Keanggotaan yang bersifat sukarela dan terbuka

Koperasi merupakan organisasi yang bersifat sukarela artinya tidak ada paksaan atau atas dasar kesadaran diri masing-masing anggota, sedangkan terbuka mengandung makna bahwa anggota koperasi bersedia menggunakan jasa-jasa dan tanggung jawab sebagai anggota koperasi, tanpa membedakan ras, latar belakang sosial, agama, politik maupun *gender*.

¹³¹ Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Yudharta Pasuruan, *Op.Cit*, h.11.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Pengelolaan dilakukan secara demokratis oleh anggota.

Di dalam pengelolaan koperasi, ada peran para anggota koperasi yang secara aktif menetapkan keputusan-keputusan maupun kebijakan. Pemilihan pria maupun wanita sebagai wakil anggota maka akan bertanggung jawab ketika diselenggarakan rapat anggota.

- c. Partisipasi para anggota dalam kegiatan yang bersifat ekonomi.

Dalam memberikan kontribusi permodalan koperasi, para anggota sama-sama secara adil dan demokratis dalam pengawasan kinerja koperasi. Setidaknya sebagian dari modal tersebut adalah milik bersama koperasi. Para anggota biasanya mendapat kompensasi yang terbatas dari modal yang dipersyaratkan untuk menjadi anggota.

- d. Otonomi dan kemandirian.

Koperasi merupakan suatu organisasi yang menolong dirinya sendiri dan diawasi oleh anggotanya, atau biasa disebut organisasi otonom. Jika koperasi melakukan perjanjian dengan organisasi lain, maka koperasi akan melakukannya sesuai dengan persyaratan yang menjamin pengawasan yang demokratis, yang dilakukan oleh para anggotanya serta yang membuat otonom mereka bertahan.

- e. Pendidikan, pelatihan dan penerangan.

Pendidikan dan pelatihan diberikan koperasi kepada para anggotanya yang ada dalam rapat anggota. Sedangkan penerangan, diberikan kepada masyarakat umum khususnya para pemuda dan pembentuk opini ditengah-tengah masyarakat tentang hakikat koperasi dan manfaat koperasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f. Kerjasama antar koperasi

Dengan bekerja sama melalui organisasi koperasi baik ditingkat lokal, nasional, regional bahkan internasional, maka hal tersebut dapat melayani anggotanya secara kolektif dan dapat memperkuat gerakan koperasi.

g. Kepedulian terhadap masyarakat

Melalui kebijakan-kebijakan yang diputuskan dalam rapat anggota, koperasi dapat melaksanakan kegiatan dalam pengembangan masyarakat sekitarnya secara berkelanjutan.

4. Fungsi dan Peran koperasi dalam Perekonomian di Indonesia

Fungsi dan peran koperasi Indonesia tercantum dalam pasal 4 UU Nomor 25 tahun 1992, yaitu:¹³²

- a. Untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi sosial, maka koperasi turut membangun, mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota dan masyarakat.
- b. Berperan aktif dalam upaya menaikkan kualitas kehidupan masyarakat.
- c. Memperkokoh pada ekonomi rakyat sebagai kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya.
- d. Berusaha dalam mewujudkan dan mengembangkan usaha yang dilakukan bersama sesuai asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

¹³² *Ibid*, h.11.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Jenis-Jenis Koperasi

Berdasarkan bidang usaha koperasi dan jenis anggotanya, maka koperasi secara umum dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu:¹³³

a. Koperasi simpan pinjam

Koperasi simpan pinjam merupakan koperasi yang usahanya bergerak pada bidang simpanan dana dari para anggotanya, yang kemudian disalurkan kembali kepada anggotanya yang membutuhkan dalam bentuk pinjaman. Menyediakan jasa dalam simpan pinjam merupakan kegiatan utama dari koperasi ini.

b. Koperasi konsumen

Koperasi konsumen merupakan koperasi yang anggotanya sebagian besar adalah konsumen atau pemakai barang atau jasa. Melakukan pembelian barang secara bersama merupakan bagian dari kegiatan utama koperasi jenis ini.

c. Koperasi produsen

Koperasi produsen merupakan koperasi yang anggotanya terdiri dari pelaku usaha menengah atau UKM dengan kegiatan usahanya yaitu penyediaan bahan baku dan sebagai penolong anggotanya. Sedangkan tujuan utama dari koperasi ini adalah menyatukan modal dan kemampuan anggotanya untuk menghasilkan barang dan jasa tertentu melalui badan usaha yang mereka kelola.

¹³³ *Ibid*, h.14.

d. Koperasi pemasaran

Koperasi pemasaran adalah koperasi yang menjual barang atau jasa dari produk koperasi atau anggotanya. Tujuan koperasi ini dibentuk ialah untuk memasarkan produk-produk yang telah dihasilkan oleh para anggotanya. Sehingga membuat keikutsertaan anggota koperasi menjadi terbatas dalam memasarkan produknya. Sedangkan yang menjadi tujuan utama dari koperasi ini adalah sebagai sarana penyederhanaan rantai tata niaga dan mengurangi keterlibatan perantara dagangan dalam memasarkan produknya.

e. Koperasi jasa

Koperasi jasa merupakan koperasi yang kegiatan usahanya adalah penyediaan jasa dan pelayanan jasa, seperti koperasi jasa angkutan barang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi 4P yaitu *product*, *place*, *price*, dan *promotion*
2. Kendala yang dihadapi koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah dan mudharabah yaitu persaingan antar koperasi, adanya angsuran yang macet akibat penurunan pendapatan nasabah, lokasi yang kurang strategis, kegiatan promosi yang belum maksimal, dan minimnya sumber daya manusia yang berkompeten di bidangnya.
3. Strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

B. Saran

Diharapkan koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah senantiasa meningkatkan mutu SDM atau karyawannya, dan menambah media promosi dalam pemasaran produk-produknya.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2017, *Pengantar Bisnis*, Bandung, Alfabeta.
- Al-Quran dan Tejemahannya*, 2014, Jakarta, Departemen Agama RI.
- Angipora, Marius P, 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Asnawi, Nur., dan Muhammad Asnan Fanani, 2017, *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi, & Isu-Isu Kontemporer*, Depok, Rajawali Pers.
- Burhanuddin, 2013, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, Malang, UIN-Maliki Press.
- Dellamita, Mega Fereza, 2012, *Penerapan Personal Selling untuk Meningkatkan Penjualan (Studi pada PT Adira Quantum Multifinance Point Of Sales*, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 5.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Djayusman, Royyan Ramdhani, 2018, *Murabahah antara Teori dan Praktik Analisis Fiqh dan Keuangan*, *Jurnal Hukum*, 6(2), 282.
- Firdawi, 2014, *Perikatan Syariah Berbasis Mudharabah (Teori dan Praktik)*, 6(2), 62.
- Gunawan, Imam, 2013, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Hadri, T. Prasetyo, 2018, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta*, 1(2), 85.
- Haqiqi, Fauzan, 2020, *Pengaruh Simpanan Anggota dan Pinjaman Anggota Terhadap Perolehan Sisa Hasil Usaha (Studi Kasus Pada KSP Kredit Union Jembatan Kasih Tanjung Balai Karimun Periode tahun 2016-2018)*, *Jurnal Analisis*, 1(2), 49.
- Hasan, Iqbal, 2004, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Huda, Nurul dkk, 2017, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, Jakarta, Kencana.
- Karim, Adiwarmanto, 2016, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Kartika Sari, *Mengenal Koperasi*, (Cempaka Putri), I Pusnas.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kulsum, Umami dan Eka Rizky Saputra, 2016, *Penyertaan Akad Wakalah Pada Pembiayaan Murabahah Studi di BNI Syariah Cabang Kendari*, 1(1), 5.
- Lestari, Wiji, 2016, "Strategi Pemasaran Produk Simpanan pada KSPPS Al-Ijtihad Pabelan Kecamatan Pasar Wates Terban". Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.
- Lubaba, Abu, 2015, "Studi Etika Pemasaran di Pasar Sore Kaliwungu Kendal dalam Perspektif Ekonomi Islam". Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Walisongo Semarang.
- Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Yudharta Pasuruan, 2018, *Ekonomi Koperasi*, Pasuruan.
- Masse, Rahman Ambo, 2017, *Konsep Mudharabah Antara Kajian Fiqh dan Penerapan Perbankan*, Jurnal Hukum Diktum, 8(1),78.
- Nidiya Zuraya.2020."1.785 Koperasi di Indonesia Terdampak Covid-19". <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/qa1u4z383>.(diakses tanggal 10 September 2020).
- Nurcholifah, Ita, 2014, *Strategi Marketing Mix Dalam Prespektif Syariah*, 4(1),79.
- Nurnasrina, dan P.Adiyoes Putra, 2018, *Kegiatan Usaha Bank Syariah*, Sleman Yogyakarta, Kalimedia.
- Rianto,M Nur, 2012, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung, Alfabeta.
- Rochmadi, Ikhsan, 2011, *Analisis Dampak Perdagangan Bebas dan Global pada Bergesernya Nilai Budaya, Prinsip dan Tujuan Koperasi*, 4(2),48.
- Safriada, 2017, "Hukum Pelaksanaan Mudharabah dengan Modal berbentuk Barang menurut Wahbah Az-Zuhaiti (Studi Kasus di Desa Simandulang Kecamatan Kualuh Leidong Kabupaten Labuhanbatu Utara)". Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sumatera Utara.
- Sudhana, Krisna dan Rizkison, 2020, *Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif*, 6(1), 185-194.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta.
- Tika, Moh Pabundu, 2006, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Wibowo, Dimas Hendika, 2015, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*, 29(1),60.

Wulandari, Wahju, 2012, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserda UKM Mart Koperasi Karyawan Widyagama Malang*, Jurnal Manajemen dan Akuntansi, 1(3),49.

Yusuf, Arif, 2016, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Jakarta, Kencana.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik

UIN Suska Riau

State

UIN University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang

1. Dilarang mengutip sebagai sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk keperluan yang wajar UIN Suska Riau.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan penyalinan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah
Republik Indonesia

Sertifikat

Nomor Induk Koperasi (NIK)

1406050030001



Sertifikat NIK ini merupakan identitas koperasi yang dinyatakan aktif secara kelembagaan maupun usaha

NAMA KOPERASI	: KOPERASI UB TIJAROTUN THOYIBAH
NOMOR BADAN HUKUM	: 678/BH/IV.3/DISKOP/XII/2015
TANGGAL BADAN HUKUM	: 28 DESEMBER 2015
ALAMAT	: JL. LETNAN BOYAK GG. ANTARA
KECAMATAN	: BANGKINANG KOTA
KABUPATEN/KOTA	: KAB. KAMPAR
PROVINSI	: RIAU
BENTUK KOPERASI	: PRIMER KABUPATEN/KOTA
JENIS KOPERASI	: KONSUMEN
KELOMPOK KOPERASI	: KOP. SERBA USAHA
SEKTOR USAHA	: JASA KEUANGAN DAN ASURANSI



JAKARTA, 9 OKTOBER 2017

MENTERI KOPERASI
DAN USAHA KECIL DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA



AAGN. PUSPAYOGA

Bertaku sampai: 28 Desember 2019

Dipindai dengan CamScanner

UIN SUSKA RIAU



**MENTERI NEGARA KOPERASI DAN USAHA KECIL DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA**

DINAS KOPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH KABUPATEN KAMPAR

**KEPUTUSAN MENTERI NEGARA URUSAN KOPERASI
USAHA KECIL DAN MENENGAH REPUBLIK INDONESIA**

NOMOR : 678/BH/IV.3/DISKOP/XII/2015

TENTANG

PENGESAHAN AKTA PENDIRIAN "KOPERASI UB TIJAROTUN THOYIBAH"

**MENTERI NEGARA KOPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA**

Menimbang

- : a. bahwa pendirian "KOPERASI UB TIJAROTUN THOYIBAH" bertujuan antara lain untuk mengembangkan potensi ekonomi dan kesejahteraan anggotanya.
- b. bahwa pendirian "KOPERASI UB TIJAROTUN THOYIBAH" dapat mengembangkan potensi wilayah di sekitar Koperasi.
- c. bahwa isi Akta Pendirian "KOPERASI UB TIJAROTUN THOYIBAH" Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar, dengan nama singkat (UB TT) tidak bertentangan dengan Undang-Undang Nomor : 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian, maka dapat disetujui untuk memberikan Pengesahan Akta Pendirian Koperasi tersebut.

Mengingat

- : 1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor : 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian (Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor : 116);
- 2. Undang-Undang Nomor : 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah;
- 3. Undang-Undang Nomor : 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah;
- 4. Peraturan Pemerintah Nomor : 4 Tahun 1994 Tentang Persyaratan dan Tata Cara Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi;
- 5. Peraturan Menteri Negara Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 01/Per/M.KUKM/2006 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembentukan, Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi
- 6. Keputusan Menteri Negara Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 123/KEP/M.KUKM/X/2004 Tentang Penyelenggaraan Tugas Pembantuan Dalam Rangka Pengesahan Akta Pendirian Perubahan Anggaran Dasar dan Pembubaran Koperasi Pada Provinsi dan Kabupaten/Kota;
- 7. Keputusan Menteri Negara Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 124/KEP/M.KUKM/X/2004 Tentang Penugasan Pejabat Yang Berwenang Untuk Memberikan Pengesahan Akta Pendirian Perubahan Anggaran Dasar Serta Pembubaran Koperasi di Tingkat Nasional;

2020.10.26.17:07

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Keputusan Menteri Negara Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 98/KEP/M.KUKM/X/2004 Tentang Notaris Sebagai Pembuat Akta Koperasi
 9. Surat Keputusan Bupati Kampar Nomor : 412.32/Diskop/54/2015 Tanggal 16 Februari 2015 Tentang Pelimpahan Kewenangan Kepada Pelaksana Tugas (Plt) Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Kampar Untuk Mengesahkan Akta Pendirian, Perubahan Anggaran Dasar dan Pembubaran Koperasi di Kabupaten Kampar
- Memperhatikan :
- Surat Permintaan Pengesahan Akta Pendirian "KOPERASI UB TIJAROTUN THOYIBAH" dari Pendiri Nomor : 003/UB T.T/02/2015 Tanggal 09 Desember 2015.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
- PERTAMA** : Mengesahkan Akta Pendirian "KOPERASI UB TIJAROTUN THOYIBAH (UB TT)" yang Akta Pendiriannya dibuat oleh Notaris H. MUHAMMAD NUZUL, SH, dengan Nomor 08, tanggal 17 September 2015 berkedudukan di Jalan Jl. D. I Panjaitan Nomor 115 B Bangkinang Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar Provinsi Riau untuk selanjutnya disebut KOPERASI, beralamat / berkedudukan :
- Alamat : Jl. Letnan Boyak Gg. Antara
 Kelurahan : Langgini
 Kecamatan : Bangkinang Kota
 Kota/ Kabupaten : Kampar
 Provinsi : Riau
- KEDUA** : Dengan disahkan Akta Pendirian Koperasi dimaksud pada Diktum PERTAMA, maka Koperasi tersebut memperoleh status Badan Hukum.
- KETIGA** : Nomor dan tanggal Surat Keputusan Pengesahan Akta Pendirian Koperasi beserta nama dan alamat/tempat kedudukan Koperasi dicatat dalam Buku Daftar Umum dengan mempergunakan nomor urut.
- KEEMPAT** : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui.
- KELIMA** : Agar setiap orang mengetahuinya, mengumumkan Pengesahan Akta Pendirian Koperasi ini dalam Berita Negara Republik Indonesia.
- KEENAM** : Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini, akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya

DITETAPKAN : BANGKINANG
 PADA TANGGAL : 28 DESEMBER 2015

An. MENTERI NEGARA URUSAN KOPERASI DAN USAHA KECIL
 MENENGAH REPUBLIK INDONESIA
 BUPATI KAMPAR

u.b
 Pr. KEPALA DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH
 KABUPATEN KAMPAR

Dr. HERTAFRIZON, M.Si
 Pembina TK. I
 NIP. 19700709 199101 1 001

Tembusan Yth :

1. Bapak Menteri Negara Urusan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah RI Cq. Deputi Bidang Kelembagaan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah
2. Bapak Gubernur Riau Cq. Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Propinsi Riau
3. Bapak Bupati Kampar di Bangkinang

2020.10.26.1



KUESIONER PENELITIAN

Kepada Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir di Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Syarif Kasim Riau tentang “ Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah pada Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”, saya mengharapkan kesediaan anda dapat mengisi kuesioner ini.

Informasi yang anda berikan merupakan hal yang sangat berharga, oleh karena itu saya sangat berharap kepada Anda dalam menjawab kuesioner dilakukan dengan sebenar-benarnya. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Penulis

Melati Julia Roikhani

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Lampiran 1

KUESIONER STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DAN MUDHARABAH PADA KOPERASI USAHA BERSAMA TIJAROTUN THOYIBAH

A. Identitas Responden

- Tanggal :
- Nama :
- Umur :
- Jenis Kelamin :
- Suku :
- Pekerjaan :
- Status Pernikahan :

Petunjuk Pengisian :

Berilah Tanda ✓ pada salah satu pilihan jawaban yang ada di kolom kanan, sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu tentang strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah.

Ada 5 alternatif jawaban

- SS = 5 : Sangat Setuju
- S = 4 : Setuju
- RR = 3 : Ragu-Ragu
- TS = 2 : Tidak Setuju
- STS = 1 : Sangat Tidak Setuju

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
Produk (product)						
1.	Produk pembiayaan murabahah dan mudharabah merupakan produk yang diminati nasabah.	15	28	3	4	
2.	Produk pembiayaan murabahah dan mudharabah sudah sesuai dengan aturan syariah.	7	27	16		
3.	Produk pembiayaan murabahah dan mudharabah yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah.	2	30	2	6	10
4.	Produk pembiayaan murabahah dan mudharabah yang ditawarkan menarik bagi nasabah.	19	16	10	5	
5.	Nasabah sangat memahami akad pembiayaan murabahah dan mudharabah di koperasi UB TT		7	19	24	
Harga (price)						
6.	Angsuran perbulannya dapat disesuaikan berdasarkan kemampuan nasabah.	4	37	5	4	
9.	Margin yang ditawarkan sesuai dengan harapan nasabah.	1	29	2	5	7
10.	Biaya administrasi terjangkau oleh nasabah.	4	43		3	
11.	Harga produk di koperasi UB TT sama dengan lembaga keuangan konvensional pada umumnya.	14	25	8	2	1
12.	Harga produk pembiayaan murabahah dan mudharabah memiliki daya saing dengan lembaga keuangan lainnya.	11	18	10	10	1
13.	Angsuran tidak lancar akibat penurunan pendapatan terdampak Covid-19	7	39		4	
Lokasi (place)						
14.	Lokasi kantor koperasi Usaha Bersama Tjajarotun Thoyibah strategis dan mudah dijangkau nasabah.	13	17	4	7	9
15.	Lokasi kantor koperasi Usaha Bersama Tjajarotun Thoyibah mudah dikenali.		11	8	28	4
16.	Gedung kantor interior dan eksterior rapi dan nyaman.		11	30	9	
17.	Kegiatan operasional koperasi Usaha Bersama Tjajarotun Thoyibah sesuai dengan protokol kesehatan.	15	27	8		
Promosi (promotion)						

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

18.	Promosi produk dengan media dakwah mempengaruhi minat bapak/ibu menjadi nasabah.	3	25	7	9	6
19.	Kurangnya media promosi sehingga nasabah tidak mengenali produk	12	29	9		
20.	Produk yang ditawarkan sesuai dengan yang dipromosikan (tidak ada penipuan).	24	19	7		
21.	Alur pengajuan pembiayaan murabahah dan mudharabah mudah dan cepat.	20	17	5	8	
22.	Pelayanan yang diberikan kepada nasabah sangat memuaskan.	12	18	6	7	7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah Pada Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomo Islam

A. Umum

1. Sejarah dan Profil Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah
2. Motto, Visi dan Misi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah
3. Tujuan Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah
4. Struktur Organisasi Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah
5. Produk-Produk Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah

B. Khusus

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi covid-19?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi covid-19 di bidang produk ?
3. Bagaimana strategi promosi produk pembiayaan murabahah dan mudharabah koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi covid-19 ?
4. Bagaimana strategi tempat koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah pada masa pandemi covid-19 ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Bagaimana strategi harga produk pembiayaan murabahah dan mudharabah koperasi Usaha Bersama Tijaratun Thoyibah pada masa pandemi covid-19?
6. Apa saja kendala yang dihadapi dalam menjalankan strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dan mudharabah?



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DAN MUDHARABAH PADA KOPERASI USAHA BERSAMA TIJAROTUN THOYIBAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENURUT EKONOMI ISLAM”, yang ditulis oleh:

Nama : **MELATI JULIA ROIKHANI**
 NIM : 11720524915
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 24 Maret 2021
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, MM

Sekretaris
Afrizal Ahmad, M.Sy

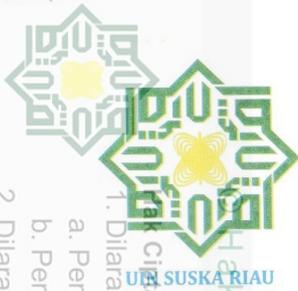
Penguji I
Dr. Suhayib, M.Ag.

Penguji II
Muhammad Nurwahid, MA

Mengetahui :
 Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
 Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag
 NIP. 19750801 200701 1 023

UN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
 Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 19 Oktober 2020

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/6336/2020
 Sifat : Biasa
 Camp. : 1 (Satu) Proposal
 Hal : **Mohon Izin Riset**

Kepada
 Yth. Pimpinan Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : MELATI JULIA ROIKHANI
 NIM : 11720524915
 Jurusan : Ekonomi Syariah S1
 Semester : VII (Tujuh)
 Lokasi : Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DAN MUDHARABAH PADA KOPERASI USAHA BERSAMA TIJAROTUN THOYIBAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM.

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksanya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
 Kuasa Dekan

 Dr. Wahidin, M.Ag
 NIP. 197101081997031003

Tembusan :
 Rektor UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Undang-Undang

UN SUSKA RIAU

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UN SUSKA RIAU



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/36001
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/6336/2020 Tanggal 19 Oktober 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

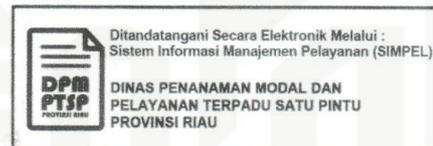
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : MELATI JULIA ROIKHANI |
| 2. NIM / KTP | : 11720524915 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DAN MUDHARABAH PADA KOPERASI USAHA BERSAMA TIJAROTUN THOYIBAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM |
| 7. Lokasi Penelitian | : KOPERASI USAHA BERSAMA TIJAROTUN THOYIBAH |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 23 Oktober 2020



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah di Tempat
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmpstsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTSP/NON IZIN-RISET/36002
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Pra Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/6336/2020 Tanggal 19 Oktober 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

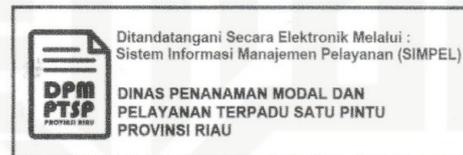
- | | | |
|----------------------|---|--|
| 1. Nama | : | MELATI JULIA ROIKHANI |
| 2. NIM / KTP | : | 11720524915 |
| 3. Program Studi | : | EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DAN MUDHARABAH PADA KOPERASI USAHA BERSAMA TIJAROTUN THOYIBAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM |
| 7. Lokasi Penelitian | : | KOPERASI USAHA BERSAMA TIJAROTUN THOYIBAH |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 23 Oktober 2020



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Ketua Koperasi Usaha Bersama Tijarotun Thoyibah di Tempat
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

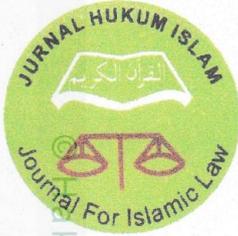
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : MELATI JULIA ROIKHANI
NIM : 11720524915
JURUSAN : EKONOMI SYARIAH
JUDUL : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DAN MUDHARABAH PADA KOPERASI USAHA BERSAMA TIJAROTUN THOYIBAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM

Pembimbing: Dr. Drs. Heri Sunandar, M.CL

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 26 Maret 2021

Pimpinan Redaksi



M. ALPISYHRIN, SH., MH., CPL.

NIP. 19880430 201903 1 010

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Assalamu'alaikum Wr. Wb



Melati Julia Roikhani, lahir pada tanggal 18 Juli 1999 di Bangkinang, Kabupaten Kampar. Penulis merupakan anak ke 2 dari 7 bersaudara dari pasangan Bapak Donal Bintara dan Ibu Rodhiyatul Aziz. Bertempat tinggal di jalan Letnan Boyak, Bangkinang Kota. Alamat email melatijulia18@gmail.com

Pendidikan formal yang penulis tempuh dimulai dari TK Pembina, Bangkinang Kota dan selesai pada tahun 2004. Kemudian melanjutkan sekolah di SDN 017 Langgini, Bangkinang Kota dan selesai pada tahun 2011. Setelah itu melanjutkan sekolah di SMPN 2 Bangkinang Kota dan selesai pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan sekolah ke SMAN 1 Bangkinang Kota dan selesai pada tahun 2017. Dan kemudian melanjutkan ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah, dan selesai pada tahun 2021.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.