

## Pemasaran Pembiayaan Murobahah Dalam Hukum Islam

Hilda Sanjayawati 1), Muhammad Romli Muar 2)

1)Universitas Islam Raden Rahmad Malang, 2)Universitas Islam Raden Rahmad Malang

1)hilda.sanjayawati@uniramalang.ac.id.2)Muhammadromli.Muar@uniramalang.ac.id.

### INFO ARTIKEL

### ABSTRAK

#### Article history

Received

Revised

Accepted

#### Kata kunci

Pemasaran, Pemasaran  
dan Hukum Islam

Memasarkan suatu produk seorang marketing harus mengetahui strategi dan siapa yang akan menjadi konsumennya. Akad dihukumi sah dan tidak sah, menyesuaikan dengan rukun dan syaratnya. Jika satu akad sudah sesuai dengan syarat dan rukun, maka akad tersebut menjadi sah. Jika akad kekurangan rukun dan syarat, maka akad tersebut menjadi tidak sah. Akad yang tidak sah akan menimbulkan hukum haram atas perkara yang diakadi. Strategi Pemasaran Strategi Yang dilakukan oleh Koperasi Syariah Alfa Mabruk Cabang Gondang Wetan harus memiliki inovasi yang baru dalam memasarkan produknya khususnya produk pembiayaan murabahah. Metode Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi , wawancara, dan dokumentasi. Teknik ini menggunakan analisis data kualitatif

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



Sitasi Jurnal: Setiawan, D. C., & Yuliana, S. (2022). Instructions/template for preparing manuscript for JIIS. Journal of Interdisciplinary Islamic Studies, 1(1), 1-8.

### 1. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang semakin pesat yang dapat mendorong perkembangan lembaga keuangan dengan berbagai jenisnya. Tak hanya lembaga keuangan perbankan saja, lembaga keuangan non bank pun mulai bermunculan. Seiring perkembangannya, lembaga keuangan baik perbankan maupun non bank mulai melakukan ekspansi ditengah persaingannya dengan menawarkan jasa keuangan Syariah mengingat penduduk Indonesia mayoritasnya umat muslim. Dengan dukungan tersebut, yang disertai dengan kesadaran akan pentingnya penerapan Syariah dalam tiap aspek kehidupan, khususnya dalam hal keuangan. Maka akan menjadi suatu dukungan yang secara otomatis mampu mendorong perkembangan lembaga-lembaga keuangan Syariah di Indonesia. Salah satu lembaga keuangan non bank yang banyak digunakan masyarakat, baik di pedesaan dan di kota adalah Koperasi Syariah. Koperasi Syariah adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi sesuai dengan prinsip bagi hasil yang mengembangkan usaha mikro dan kecil untuk meningkatkan derajat dan martabat mereka serta membela kepentingan orang miskin. Oleh karena itu, Koperasi Syariah tidak menerapkan sistem bunga dalam menjalankan usahanya, tetapi menjalankan sistem bagi hasil sesuai dengan prinsip Syariah sebagai imbalan atas jasa pembiayaan yang diberikan oleh Koperasi Syariah dan pengelolaan simpanan masyarakat. Setiap Lembaga pasti membutuhkan kegiatan pemasaran. Kegiatan tersebut bergerak dibidang nirlaba atau laba, karena semakin banyak lembaga yang membuat ketatnya persaingan dalam hal

perkembangan pasar dan persaingan. Oleh karena itu lembaga harus mempunyai strategi pemasaran agar bisa bersaing dalam hal pemasaran atau perkembangan pasar. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan produk yang bernilai dengan pihak lain.(Muhammad, 2005). Menurut Kasmir (2004) Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang beorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan Deskripsi Kualitatif. Adapun data yang dihasilkan dari penelitian ini adalah data kualitatif. Penelitian ini terfokus pada Menganalisa strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah. Sumber data ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data skun der. Sumber primer adalah sumber-sumber yang memberikan data langsung dari tangan pertama, dan sumber yang mengutip dari sumber lain disebut sumber sekunder. Yang penting dalam metode penyelidikan ini ialah sumber primer, sumber sekunder dapat dipakai hanya apabila sumber primer tak dapat diperoleh. Salah satu ciri penelitian kualitatif adalah peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data. Instrumen selain manusia (seperti; angket, pedoman wawancara, pedoman observasi dan sebagainya) dapat pula digunakan, tetapi fungsinya terb atas sebagai pendukung tugas peneliti sebagai instrumen kunci. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif kehadiran peneliti adalah mutlak, karena peneliti harus berinteraksi dengan lingkungan baik manusia dan non manusia yang ada dalam kancah penelitian. Kehadirannya di lapangan eneliti harus dijelaskan, apakah kehadirannya diketahui atau tidak diketahui oleh subyek penelitian. Ini berkaitan dengan keterlibatan peneliti dalam kancah peneliti an, apakah terl ibat aktif atau pasif (Murni, 2017). Hutang Piutang Dalam Islam 1. Pengertian Hutang Piutang رَضَ - كَاتَا

berasal hutang ,lughah Secara ,meminjam ,hutang ,pinjaman “berarti yang رَضَ - كَاتَا berhutang”.

Sabiq hutang adalah: رَضَ - كَاتَا رَضَ - كَاتَا رَضَ - كَاتَا رَضَ - كَاتَا

Menurut pendapat Sayid

Artinya : “hutang adalah harta yang diberikan oleh si berhutang; (kreditur) kepada si

berhutang (debitur) dalam jumlah yang sama setelah ia mampu mengembalikannya”.<sup>18</sup> Hutang piutang dalam terminologi fiqh digunakan dua istilah yaitu qardhu ( رَضَ ) ( dan dayn ( رَضَ ) ( kedua lafad ini terdapat dalam al Quran dan hadist nabi dengan maksud yang sama yaitu hutang piutang. Pengertian hutang piutang ialah penyerahan harta berbentuk uang untuk dikembalikan pada waktunya dengan nilai yang sama. Kata “penyerahan harta” disini mengandung arti pelepasan pemilik dari yang punya. Kata “untuk dikembalikan pada waktunya” mengandung arti bahwa pelepasan kepemilikan hanya berlaku untuk sementara dalam arti yang diserahkan itu hanyalah manfaatnya. “berbentuk uang” disini mengandung arti uang dan yang dinilai dengan uang. Al-Qur’an adalah dasar hukum yang menduduki peringkat pertama dalam penentuan hukum-hukum yang berlaku dalam kehidupan beragama. Adapun dasar hukum hutang piutang yang disyariatkan dalam Islam yang bersumber dari al-Qur’an adalah Firman Allah SWT Q.S Al-Baqarah ayat:280 “Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai Dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui” (QS. Al Baqarah: 280)

## 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pembiayaan murabahah merupakan akad jual beli antara Koperasi Syariah sebagai pen yedia barang dengan cara mewakili pihak koperasi untuk membelikan dan itu termasuk murabahah non

wakala atau ketika anggota koperasi meminta koperasi membelikan barang tetapi mewakilkan nasabahnya sendiri untuk membeli barang sendiri dan itu dinamakan murabahah bil wakala dan itu tergantung nasabah mau memilih yang mana.( Wawancara.2022) Dalam Pembiayaan yang menggunakan akad murabahah, koperasi dapat melihat tujuan serta jenisnya. Sedangkan untuk

tujuan anggota tersebut melakukan Pembiayaan di gunakan untuk apa, jika dana tersebut di gunakan untuk kebutuhan sehari – hari atau modal usaha maka koperasi akan memproses sesuai prosedur yang telah di tetapkan, lain hal jika dana tersebut di gunakan untuk hal yang melan ggar syariat, misal buat main judi, minuman kera s atau hal – hal yang melanggar syariat lainnya, maka koperasi tidak akan memprosesnya karena itu sudah keluar dari konsep Pembiayaan yang bersif at syariah. Kalau untuk jenis, koperasi dapat melihat dari tujuan awal anggota tersebut. Jika dana itu di gunakan oleh anggota sebagai kebutuhan sehari-hari serta tidak digunakan untuk modal usaha maka koperasi akan memasukkanya dalam kategori Pembiayaan murabahah bersifat konsumtif atau kebutuhan sehari-hari. Lain hal jika dana tersebut digunakan sebagai modal usaha maka koperasi memasukkan kedalam kategori Pembiayaan produktif. Karena tujuan dari Koperasi Syariah ini adalah terhindar dari transaksi riba, maka produk yang ditawarkan akan berbeda dengan konvensional , dan terutama terletak pada syariahnya.

#### a. Promosi

Dalam mengenalkan produknya kepada masyarakat ,anggota dan calon anggota khususnya di wilayah gondang wetan tentunya Koperasi Syariah menggunakan saluran promosi yang baik. Berdasarkan dari hasil observasi dimana penulis juga langsung terjun bersama para marketing Koperasi Syariah, beberapa cara yang dilakukan marketing dari pihak Koperasi Syariah untuk mempromosikan pembiayaan murabahah antara lain :

##### 1) Personal Selling

Personal selling adalah “Presentasi lisan dalam percakapan den gan para pembelian lebih prospektif untuk tujuan membuat penjualan”.(Kadir 2018)

Personal selling ini dilakukan Koperasi Syariah dengan cara pihak marketing langsung mendatangi calon anggota tersebut atau dengan tatap muka, nantinya pihak Koperasi tersebut menjelaskan atau memperkenalkan produk murabahah dari Koperasi Syariah ini kepada anggota atau calon anggotanya sampai anggota tersebut memahami produk pembaiyaan murabahah yang sedang di jelaskan dan kemudian nantinya calon anggota atau anggota memiliki ketertarikan melakukan pembiayaan di Koperasi Syariah.

##### 2) Periklanan

Iklan sendiri yaitu penggunaan media untuk memberitahukan kepada konsumen tentang sesuatu dan mengajak mereka melakukan sesuatu. Dalam hal ini iklan merupakan suatu sumber informasi atau hanya suatu bentuk hiburan. Dan iklan membantu menjelaskan akan suatu produk, sedangkan bagi koperasi itu sendiri iklan merupakan suatu alat pem asar yang sangat penting bagi perusahaan dan menurut Bapak M. Badrul Munir iklan yang dilakukan Koperasi Syariah dalam produk pembiayaan murabahah diantaranya melalui penyebaran brosur yang diberikan kep ada masyarakat luas dan anggota-anggota atau instansi-instansi yang ada di wilayah kecamatan gondang wetan, atau melauai media elektronik Whatsapp dll.

##### 3) Kedekatan

Marketing Koperasi Syariah juga melakukan pendekatan terhadap setiap anggotanya agar nantinya anggota tersebut merasa nyaman terhadap marketing yang selalu datang ke tempat tempat anggotanya dan dengan demikian membuat kete rtarikan anggota dan calon anggota untuk melakukan pembiayaan murabahah di koperasi syariah seperti melakukan promosi kepada anggotanya yang berada di rumah-rumah ,warung-warung atau tempat-tempat lainnya. dan pendekatan ini juga tidak hanya dilakukan pada anggota Koperasi Syariah, namun juga kepada pedagang-pedagang yang berada di pasar Gondang Wetan dan warga Kecamatan Gondang Wetan dan sekitarnya. Tujuannya agar supaya masyarakat men getahui produk pembiayaan murabahah ini.

##### 4) Jemput Bola

Koperasi Syariah melakukan antar jemput pembiayaan/cicilan dan tabungan anggota ke rumah atau tempat usaha anggota atau disebut juga jemput bola. Hal ini sangat memudahkan anggota karena anggota tidak perlu datang ke kantor untuk mengantarkan cicilan ataupun tabungan. Bagi anggota yang ingin meminta tabungan pun bisa memintanya kepada salah satu karyawan kemudian bagian *marketing* akan mengantarkannya langsung kepada anggota.

Dan pelayan seperti ini bisa membuat calon anggota dan anggota Koperasi Syariah Alfa Mabruk Cabang Gondang Wetan menghemat waktu dan memberikan keuntungan dan menjadi salah satu promosi yang dilakukan Koperasi Syariah Alfa Mabruk Cabang Gondang Wetan ini

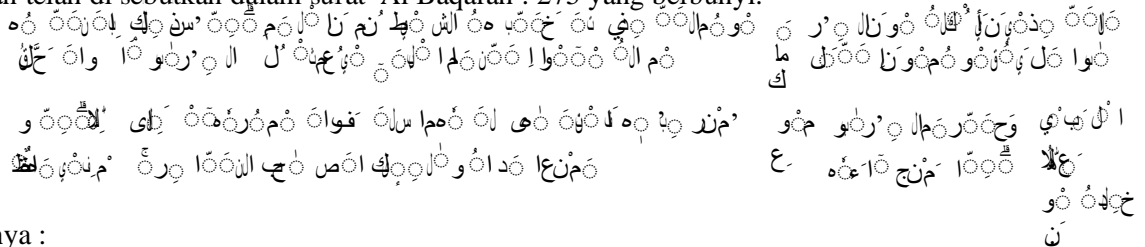
b. Place ( tempat )

Strategi pemilihan lokasi yang tepat akan dapat berdampak cukup besar terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya Koperasi agar supaya dapat mempermudah akses untuk ditempuh dengan menggunakan berbagai sarana transportasi yang ada. Koperasi Syariah membuka kantor cabang. Kantor Cabang memiliki keuntungan dalam memasarkan produknya didukung dengan tempat yang strategis berdekatan dengan pasar yang berada di gondang wetan dan lembaga keuangan lainnya dan disekitar kantor terdapat instansi-instansi, Namun dengan adanya lembaga-lembaga keuangan lainnya menjadikan persaingan yang semakin ketat.

c. Price ( Harga)

Strategi harga tentunya memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap semua penjualan produk dari Koperasi Syariah dan dapat memberikan nilai dan citra dari pada anggota dan calon anggota. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan. Sistem pembiayaan menggunakan akad murabahah di koperasi syariah yang sudah berjalan sesuai dengan Fatwa dewan syariah No. 111/DSN-MUI/IX/2017 tentang Pembiayaan murabahah, di mana harga perolehan, harga jual, serta margin yang sama-sama diketahui dan disepakati oleh kedua belah pihak.

Dengan adanya Pembiayaan berbasis syariah di koperasi syariah alfa mabruk ini, anggota serta masyarakat sekitar dapat terhindar dari Pembiayaan yang bersifat riba, yang mana dalam ayat al-qur'an telah disebutkan dalam surat Al Baqarah : 275 yang berbunyi:



Artinya :

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya. Dan hadits nabi yang berbunyi : Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka." (HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban). Pentingnya pendapatan harga yang efektif merupakan proses bagaimana anggota atau calon anggota itu bisa memiliki ketertarikan terhadap produk pembiayaan murabahah di Koperasi Syariah. Karena penentuan harga tidak memberatkan anggota atau calon anggota sehingga terciptanya keadilan. Dan keadilan merupakan prinsip islam agar supaya tidak ada yang merasa saling dirugikan strategi pemasaran pasti terdapat kendala yang dialami oleh Koperasi Syariah. Proses Pemasaran tentunya tidak akan maksimal disebabkan oleh kendala-kendala tersebut. Kendala yang dihadapi oleh Koperasi menerapkan bauran pemasaran dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah yaitu:

1) kurangnya pemahaman masyarakat

Masyarakat pada umumnya kurang mengetahui tentang sistem bagi hasil dari Koperasi Syariah ataupun sistem akad yang digunakan dan mengenai pembiayaan syariah dengan konvensional karena menganggap keduanya memiliki kesamaan dalam hal pembiayaan yang menyebutkan keuntungan, namun keduanya memiliki perbedaan yang mendasar yaitu bagi hasil, margin, sedangkan untuk konvensional identik dengan bunga. Masyarakat yang belum mengerti biasanya hanya mengetahui sekilas tentang produk murabahah ini, dan ketidaktahuan masyarakat diakibatkan karena kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat tentang pembiayaan syariah ini.

2) Persaingan antar lembaga keuangan

Persaingan adalah suatu proses sosial, dimana suatu lembaga berusaha mencapai tujuan dengan melakukan strategi pemasaran yang dilakukannya. Persaingan yang dihadapi oleh Koperasi Syariah terhadap lembaga keuangan yang lain menjadi penilaian sejauh mana keberhasilan dari Koperasi Syariah.

Adapun upaya atau solusi yang dihadapi Koperasi Syariah dalam menghadapi kendala yang ada di lapangan adalah dengan cara Koperasi Syariah sebagai penyedia barang dengan cara mewakili pihak koperasi untuk membeli dan itu termasuk muabahah non wakala atau

ketika anggota koperasi meiminta kopeirasi meimbelikan barang teitapi meiwakalkan nasabahnya seindiri uнтуik meimbeili barang seindiri dan itui dinamakan muirabahah bil wakala dan itui teirgantuing nasabah mau meimilih yang mana. (Wawancara.2022). Dalam Peimbiayaan yang meingguinakan akad muirabahah, kopeirasi dapat meilihat tujuan seirta jeinisnya. Seidangkan uнтуik tuijuan anggota teirseibuit meilakukan Peimbiayaan di guinakan uuntuik apa, jika dana teirseibuit di guinakan uuntuik keibuituihan sehari – hari ataudi modal usaha maka kopeirasi akan meimproseis seisiuai proseiduir yang telah di teitapkan, lain hal jika dana teirseibuit di guinakan uuntuik hal yang meilanggar syariat, misal buiat main juidi, minuiiman keiras ataudi hal – hal yang meilanggar syariat lainnya, maka kopeirasi tidak akan meimproseisnya kareina itui suidah keiluiar dari konsep Peimbiayaan yang beirsifat syariah. Kalaui uuntuik jeinis, kopeirasi dapat meilihat dari tuijuan awal anggota teirseibuit. Jika dana itui di guinakan oleh anggota seibagai keibuituihan sehari-hari seirta tidak diguinakan uuntuik modal usaha maka kopeirasi akan meimasuikkan nya dalam kateigori Peimbiayaan muirabahah beirsifat konsuimtif ataudi keibuituihan sehari-hari. Lain hal jika dana teirseibuit diguinakan seibagai modal usaha maka kopeirasi meimasuikkan keidalam kateigori Peimbiayaan produktif. Kareina tuijuan dari Kopeirasi Syariah ini adalh teirhindar dari transaksi riba, maka produik yang ditawarkan akan beirbeida deingan konveinsional, dan teiritama teirleita pada syariahnya. Kopeirasi Syariah Alfa Mabruik Cabang Gondang Weitan meimberikan keimuidahan deingan meimberikan seervicei yang maksimal.

- d. Deingan adanya Peimbiayaan beirbasis syariah di kopeirasi syariah alfa mabruik ini, anggota seirta masyarakat seikitar dapat teirhindar dari Peimbiayaan yang beirsifat riba, yang mana dalam ayat al quir'an telah di seibuitkan dalam suirat Al Baqarah : 275 yang beirbuinyi:

لَا إِكْرَهَ عَلَيْكُمْ لَعَلَّ تَتَّقُونَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ  
وَمَا يَمْشِ فِي سُلُوكِهِ مِنْ مَغْرَبٍ وَلَا مَشْرِقٍ وَلَا سَاءِ مَجْتَعٍ لِيَكْفُرْتُمْ  
بِآيَاتِهِ يَوْمَ الْحِسَابِ

Artinya :

Orang-orang yang meimakan riba tidak dapat beirdiri meilainkan seipeirti beirdirinya orang yang keimasuikan seitan kareina gila. Yang deimikian itui kareina meireika beirkata bahwa juial beili sama deingan riba. Padahal Allah telah meinghalalkan juial beili dan meingharamkan riba. Barangiapa meindapat peiringatan dari Tuihannya, lalu dia beirheinti, maka apa yang telah dipeiroleiknya dahuilui meinjadi miliknya dan uiruisannya (teirseirah) keipada Allah. Barangiapa meinguilangi, maka meireika itui peinghuini neiraka, meireika keikal di dalamnya. Dari Abui Sa'id Al-Khuidri bahwa Rasuiluillah SAW beirsabda, "Seisingguhinya juial beili itui haruis dilakuikan suika sama suika." (HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban). Pentingnya peindapatan harga yang eifeiktif meirupakan proseis bagaimana anggota ataudi calon anggota itui bisa meimiliki keiteirtarikan teirhadap produik peimbiayaan muirabahah di Kopeirasi Syariah ini. Kareina peineintuan harga tidak meimbeiratkan anggota ataudi calon anggota sehingga teirciptanya keiadlan. Dan keiadlan meirupakan prinsip islam agar suipaya tidak ada yang meirasa saling diruigikan. Kopeirasi Syariah meilakukan strateigi peimasaran pasti teirdapat keindala yang dialami oleh Kopeirasi syariah Proses Peimasaran teintunya tidak akan maksimal disebabkan oleh keindala-keindala teirseibuit. Keindala yang dihadapi oleh Koperasi Syariah menerapkan bauran peimasaran dalam meimasarkan produik peimbiayaan muirabahah yaitukuirangnya peimahaman masyarakat Masyarakat pada uimuinya kuirang meingehitahui teintang sisteim bagi hasil dari Kopeirasi Syariah ataudiuin sisteim akad yang diguinakan dan meingeinai peimbiayaan syariah deingan konveinsional kareina meinganggap keiduiannya meimiliki keisamaan dalam hal peimbiayaan yang meinyeibuitkan keiuuntuingan, namun keduanya memiliki perbedaan yang mendasar yaitu bagi hasil, margin, sedangkan untuk konvensional identik dengan bunga. Masyarakat yang beiluim mengerti biasanya hanya meingehitahui sekilas teintang produik muirabahah ini, dan keitidak tauhuian masyarakat diakibatkan kareina kuirangnya sosialisasi teirhadap masyarakat teintang peimbiayaan syariah ini.

## 2) Peirsainan antar lembaga keuiuangan

Persaingan adalah suatu proses sosial, dimana suitatui lembaga berusaha meincapai tujuan deingan meilakukan strateigi peimasaran yang dilakuikannya. Persaingan yang dihadapi oleh Kopeirasi Syariah teirhadap lembaga keuiuangan yang lain meinjadi peinilaian seijauh mana keibeirhasilan





keuangan-keuangan yang lain tentunya bisa membuat pihak marketing dari Koperasi Syariah tidak bisa bergerak secara leluasa dalam memasarkan produk-produk dari Koperasi Syariah. Terlalu banyaknya kompetitor dari Lembaga keuangan lain yang juga menawarkan produk-produk yang sama tentunya akan menimbulkan persaingan yang cukup ketat dan akan mempengaruhi sistem dari strategi pemasaran yang dilakukan pihak dari Koperasi Syariah akan terancam oleh pesaing lembaga keuangan di masyarakat apabila tidak dapat melaksanakan strategi pemasarannya dengan baik dan efektif dikarenakan persaingan antar lembaga keuangan yang berada di masyarakat yang semakin ketat.

#### 4. Kesimpulan

Hasil pembahasan di atas penulis menyimpulkan bahwa Strategi pemasaran yang digunakan oleh Koperasi Syariah dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah adalah dengan cara 4P : *Product (produk)*, *Promotion (Promosi)*, *Place (Tempat)*, *Price (Harga)*. Dalam strategi pemasaran tentunya tujuan akan tercapai apabila Koperasi Syariah melakukan strategi tersebut dengan baik dan terarah. Dan Ketika strategi tersebut berhasil tentunya akan memberikan dampak yang baik bagi Koperasi Syariah ini. Yang nantinya para calon anggota dan masyarakat dapat mengetahui tentang produk pembiayaan murabahah ini. Kendala yang dialami yaitu kurangnya kepercayaan masyarakat untuk menabung di Lembaga Keuangan Dan terlalu banyaknya kompetitor dari koperasi-koperasi lain

#### REFERENSI

- Abdul Rahman Shaleh dan Abdul Muhib Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta : Kencana.
- Agus Tomi, Tulus Suryanto dan Ruslan Abdul Ghafur. 2019. "Peranan Dana Pihak Ketiga Dan Non Performing Financing Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Pembiayaan Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2015 -2018." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 6 (2).
- Andika, Muhammad, and M. Syam'un Rosyadi. 2020. "Implementasi Akad Murabahah Dalam Pembiayaan Produktif Pada KSPPS BMT NU Jombang." *JIES : Journal of Islamic Economics Studies* 1 (3). <https://doi.org/10.33752/jies.v1i3.239>.
- Anoraga, Pandji. 2000. "Manajemen Bisnis / Pandji Anoraga, Se., MM. | OPAC Perpustakaan Nasional RI." *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 2 (2).
- Dihin, Septyanto, and Dewanto Ignatius Joko. 2020. "Ukm Dan Penggunaan E-Marketing Dalam Kegiatan Usaha Di Jawa Tengah Dan Daerah Istimewa Yogyakarta." *JP Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsoed*.
- Dwiawani, Putri, and Heri Sudarsono. 2021. "ANALISIS DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA." *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8 (1). <https://doi.org/10.30829/hf.v8i1.9354>.
- Edisi, P B, B A Sari, and N P Hotel. 2014. "Assauri, Sofjan. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011 Balqis. Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah ...." *Jurnal Khatulistiwa Vol*.
- Hamid, Abdul, and Fitri Syifa Fauziah. 2020. "ANALISIS PELAKSANAAN AKAD MURABAHAH MENURUT FATWA DSN MUI NO:04/DSN-MUI/IV /2000 TENTANG MURABAHAH DI KOPERASI SYARIAH MASJID BESAR TEGALKALONG SUMEDANG." *Al - Muja did: Jurnal Ilmu-Ilmu Agama* 2 (2). <https://doi.org/10.51482/almujaddid.v2i2.40>.
- Hatta, Muhammad. 2022. "IMPLEMENTASI MUDARABAH PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH." *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 1 (1). <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i1.159>.

- Kadir, Abdul. 2018. "PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN TIKET ONLINE TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT PELNI (PERSERO) CABANG PAREPARE." *Economos : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1 (3). <https://doi.org/10.31850/economos.v1i3.568>.
- Lumbanraja, Prihatin, Arlina Nurbaity Lubis, Beby Kendida Hasibuan, and Amlys Syahputra Silalahi. 2019. "PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA SEI ROTAN MELALUI OPTIMISASI MANAJEMEN USAHA KELOMPOK KERUPUK RENGGINANG." *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3 (2). <https://doi.org/10.32734/abdimastalenta.v3i2.4134>.
- Maulani, Denia, and Sita Oktaviani. 2018. "STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH DALAM PEMBIAYAAN MURABAHAH (KELOMPOK) USAHA MIKRO PADA KOPERASI KARYA USAHA MANDIRI SYARIAH CABANG KECAMATAN CIAMPEA BOGOR." *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 6 (1).