

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
MURABAHAH DI PT. PERMODALAN NASIONAL MADANI (PNM)
CABANG PADANG**



**Universitas
Alma Ata**
The Globe Inspiring University

Skripsi

**Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Alma Ata
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S-1)**

Disusun Oleh:

Riky Andrea Winardo
NIM: 172200196

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi
Saudara/i : Riky Andrea Winardo
Lampiran : -
Yth Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Alma Ata Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah membaca, memberi petunjuk serta mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku konsultan skripsi saya menyatakan bahwa skripsi saudara/i:

Nama : **Riky Andrea Winardo**
NIM : **172200196**
Prodi : **Ekonomi Syariah**
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan
Murabahah di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM),
Cabang Padang.

Dengan ini kami menyatakan bahwa skripsi tersebut telah selesai dilakukan revisi dan telah memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah.

Demikian nota dinas ini kami sampaikan, atas perhatiannya ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Januari 2023
Pembimbing



(Baiq Ismiati, S.E.I., M.E)

NOTA DINAS KONSULTAN

Hal : Skripsi
Saudara/I : Riky Andrea Winardo
Lamp : -

Yth. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Alma Ata
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wr

Setelah memeriksa, Mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Riky Andrea Winardo
Nim 172200196
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Cabang Padang

Dengan ini kami menyatakan bahwa skripsi tersebut telah selesai dilakukan revisi dan telah memenuhi sebagai syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Syariah. Demikian Nota Dinas ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih

Wassalamualikum Wr. Wb

Yogyakarta 10 Januari 2023

Penguji



(Abdullah Salam, S.E., M.M.)

PENGESAHAN

075/A/SPS/FEB/UAA/VIII/2023

**Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Di
Pt. Permodalan Nasional Madani (PNM) Cabang Padang**

Yang di persiapkan dan disusun oleh:

Riky Andrea Winardo

NIM 172200196

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi pada tanggal 09 Januari
2023

Dan dinyatakan telah diterima oleh program Studi Ekonomi Syariah Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Alma Ata

Susunan dewan penguji

Ketua Sidang



(Febrian Wahyu Wibowo, S.E, M.E)

Pembimbing/penguji Utama



(Baiq Ismiati, S.E.I., M.E.)

Penguji



(Abdullah Salam, S.E., M.M)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC)

HALAMAN PENGESAHAN
Naskah Publikasi

**Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Di
Pt. Permodalan Nasional Madani (PNM) Cabang Padang**

Yang di persiapkan dan disusun oleh:

Riky Andrea Winardo

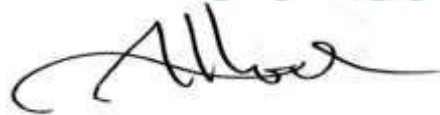
NIM 172200196

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Untuk mendapatkan gelar
Sarjana Ekonomi Pada Tanggal 10 Januari 2023

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Alma Ata Yogyakarta

Dosen Pembimbing



(Al Haq Kamal., S.E.I., M.A)



(Baiq Ismiati, S.E.I., M.E.)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riky Andrea Winardo
NIM : 172200196
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Di Pt. Permodalan Nasional Madani (PNM) Cabang Padang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya serupa yang di ajukan untuk memperoleh gelar Kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya skripsi ini adalah asli karya saya sendiri dan bukan meniru dari hasil karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan di sebutkn dalam daftar pustaka.

Yogyakarta 10 Januari 2023
Yang Menyatakan



Riky Andrea Winardo

Nim 172200196

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Baiq Ismiati, S.E.I., M.E.

Dosen Prodi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis/skripsi

Nama : Riky Andrea Winardo

Nim : 172200196

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah
Di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Cabang Padang.

Yogyakarta 10 Januari 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Alma Ata Yogyakarta

Dosen Pembimbing

The image shows a handwritten signature in blue ink over a blue and gold logo. The logo is a shield-shaped emblem with a book and a sun/moon symbol, with the text 'FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS' and 'UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA' below it.

(Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC)

The image shows a handwritten signature in black ink on a white background.

(Baiq Ismiati, S.E.I., M.E)

MOTTO

“Sabar bukan tentang berapa lama kau bisa menunggu. Melainkan tentang bagaimana perilaku saat menunggu”

-Anonim-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, adik saya yang masih menempuh pendidikannya pesan saya semangat untuk menjalankan semua cobaan dan rintangan yang menghadang dan terima kasih kepada keluarga saya yang selalu mendukung dan mendoakan dalam proses menempuh pendidikan sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan karunia berupa kesehatan dan kesempatan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Murabahah* di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM), Cabang Padang**” disusun guna memenuhi sebagian syarat memperoleh gelara Sarjana di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata.

Penghormatan dan ucapan terima kasih saya haturkan kepada:

1. Prof. Dr Hamam Hadi. MS., SC D., Sp. GK selaku rektor Universitas Alma Ata Yogyakarta
2. Ibu Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Alma Ata Yogyakarta
3. Bapak Al Haq Kamal, S.E.I., M.A selaku kepala program studi Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata Yogyakarta
4. Bapak Ahmad Yunadi, S.E., M.A selaku dosen Pembimbing Akademik yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan arahan mengenai aktivitas akademik
5. Ibu Baiq Ismiati, S.E.I., M.E selaku dosen pembimbing skripsi yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penulisan ataupun peyusunan skripsi
6. Seluruh jajaran dosen dan pengajar di Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata Yogyakarta
7. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Alma Ata Yogyakarta, terima kasih atas didikannya yang telah diberikan kepada saya

8. kepada kedua orang tua saya yang paling aku banggakan dan orang yang tak pernah lelah dalam mendidik ku dan selalu memberikan kasih sayang kepada ku.
9. Terima kasih kepada Bapak Panji Nusantara selaku Manajer PT. Permodalan Nasional Madani cabang atas kesempatan yang telah diberikan kepada saya.
10. Teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2017 yang saya cintai dan aku banggakan.
11. Kepada semua pihak yang ikut mensukseskan penyusunan Skripsi ini, yang tanpa mengurangi kehormatan saya, tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Hanya Allah lah yang dapat memberi balasan terbaik. Semoga Skripsi ini dapat membawa manfaat yang besar dan luas bagi para pembacanya. Amin.

Yogyakarta, 10 Januari 2023



Riky Andrea Winardo

ABSTRAK

PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) lembaga keuangan yang mempunyai strategi-strategi pemasaran dalam setiap produk-produk yang mereka tawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Produk-produk di Permodalan Nasional Madani (PNM) seperti; *pertama* pembiayaan modal usaha, *kedua* pembiayaan Multiguna dan *ketiga* pembiayaan sehari-hari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Analisis strategi pemasaran produk Pembiayaan Murabahah di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM), Cabang Padang. Obyek dalam penelitian ini adalah Lembaga Keuangan PNM. Informan dalam penelitian ini adalah pengelola keuangan, karyawan dan nasabah yang ikut program pembiayaan murabah di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM). Teori yang digunakan yaitu pembiayaan dan Strategi pemasaran yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*).

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode analisis deskriptif, teknik pengecekan keabsahan data dengan metode triangulasi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknis analisis data terdiri dari, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi pemasaran pembiayaan Murabahah di PT. Permodalan Nasional Madani Cabang Padang adalah dengan menawarkan produk-produk yang ada di PNM. PT Permodalan Nasional Madani menyusun strategi *marketing mix* dengan 4P produk, harga, promosi, dan tempat. Hal ini ditunjukkan dalam meminimalisir hambatan yang dihadapi dalam memasarkan produk-produk pembiayaan *murabahah* yang ada di PT. Permodalan Nasioanal Madani cabang Padang.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, dan Produk Pembiayaan.

ABSTRACT

PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) financial institutions that have marketing strategies in every product they offer. This is done so that the public knows and is interested in taking advantage of the products offered according to their needs. Products in the Madani National Capital (PNM) such as; firstly business capital financing, secondly Multipurpose financing and thirdly daily financing.

This study aims to find out how to analyze the marketing strategy of Murabahah financing products at PT. Madani National Capital (PNM), Cabanag Padang. The object in this study is the PNM Financial Institution. Informants in this study are financial managers, employees and customers who participated in the murabah financing program at PT. Madani National Capital (PNM). The theory used is financing and marketing strategy consisting of product, price, promotion and place.

This type of research is qualitative with descriptive analysis methods, technique of checking the validity of data by triangulation method. Method the data collection used in this study was an interview, observation, and documation. Technical data analysis consists of, data reduction, data presentation, and drawing conclusions

The results of this study state that the marketing strategy of Murabahah financing in PT. Permodalan Nasional Madani Padang Branch is to offer products in PNM. PT Permodalan Nasional Madani formulates a marketing mix strategy with 4P products, prices, promotions, and places. This is shown in minimizing the obstacles faced in distributing Murabahah financing products in PT. Nasioanal Madani Capital, Padang branch.

Keywords: Marketing Strategy, and Financing Products

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi dalam pembangunannya tidaklah terlepas dari peran serta sektor perbankan. Bank pada prinsipnya sebagai lembaga intermediasi, menghimpun dana dari masyarakat yang mengalami surplus dana dan menyalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana (Ngasifudin & Salam, 2015). Sedangkan sistem yang berkaitan dengan tata kerja dan mekanisme pendistribusian, sistem ekonomi merupakan bagian dari sistem penataan kehidupan masyarakat yang berkait dengan cara pandang atau ideologi tertentu seperti kapitalisme dan sosialisme maka dikenal sistem ekonomi Ilmu kapitalisme dan sosialisme (Yusanto, 2002). Dalam hal ini umat Islam memiliki sebuah cara pandang dan falsafah kehidupan, khususnya dalam kegiatan ekonomi yang dilandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis yang kemudian melahirkan sistem ekonomi Islam.

Strategi pemasaran sutau perencanaan dalam perusahaan sutau bisnis yang paling penting, tetapi hal ini seringkali dilupakan oleh perusahaan, strategi merupakan upaya untuk memfokuskan usaha, untuk menyadari tindakan agar terarah dan menghindari sumber daya yang terbuang dalam aktifitas-aktifitas yang tidak efisien dan tidak produktif (Kasmir, 2006).

Salah satu unsur dalam pemasaran adalah strategi pemasaran, dimana strategi pemasaran yang tepat akan sangat mendukung keseluruhan upaya untuk

mencapai sasaran perusahaan, baik dalam arti sasaran jangka pendek, jangka sedang maupun jangka panjang (Sondang, 1995). Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahlian dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan dengan dengan *marketing mix* (bauran pemasaran) (Rianto, 2012).

Pembiayaan produk-produk di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) pada saat ini, Permodalan Nasional Madani (PNM) merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dan menyalurkan dana untuk masyarakat dan berkomitmen untuk memberikan dukungan, baik dalam hal manajemen, pendanaan, pemasaran, maupun operasional perusahaan. Berdirinya PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) selain didasari oleh tuntunan bermualat secara Islami yang merupakan keinginan kuat.

Strategi produk dalam lembaga keuangan dapat memodifikasi produk yang sudah ada menjadi lebih menarik ataupun menciptakan produk baru yang lebih menarik dari sebelumnya. Sehingga strategi produk bisa menciptakan merek terhadap produk yang ditawarkan seperti, logo dan motto dibuat semenarik mungkin (Kasmir, 2011). Kualitas produk merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan. Dimana nasabah memiliki harapan akan layanan yang berkualitas tentunya. Layanan berkualitas adalah layanan secara ekonomi menguntungkan dan secara prosedural mudah serta menyenangkan.

Aktivitas dalam penetapan harga mempunyai peranan penting untuk mengingat terkait langsung dengan *revenue* yang diterima oleh lembaga keuangan. Dalam keputusan penetapan harga bisa dinilai oleh nasabah dan juga dalam proses membangun citra lembaga keuangan. Penetapan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam kualitas (Kasmir, 2011).

Manusia sebagai makhluk hidup selalu dihindangi dari kompleksitas permasalahan dan tidak akan bisa terlepas dari kegiatan-kegiatan yang berorientasi pada aspek pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu manusia sebagai subjek ekonomi oleh Islam dibebani untuk berikhtiar dan berusaha sesuai dengan kadar potensinya dan diberikan kebebasan yang seluas-luasnya untuk mencari rezeki yang di ridhai Allah SWT.

Kehidupan ekonomi tidak terlepas dari peran penting sektor jasa keuangan pada umumnya dan perbankan pada khususnya. Melalui media inilah tujuan untuk merealisasikan ekonomi yang sehat dengan memberdayakan dana atau potensi investasi pada masyarakat dapat disalurkan dalam berbagai kegiatan produktif sehingga dapat terwujud pertumbuhan ekonomi yang sehat dan terhindar dari riba. Dimana Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 dan Al-Imran ayat 130 yang berbunyi:

وَالْحَالِ
لَا رِبَا
فِيهِ
وَالْحَالِ
لَا رِبَا
فِيهِ
وَالْحَالِ
لَا رِبَا
فِيهِ

Artinya: *“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”*.
(Q.S. Al-Baqarah:275).

اٰلَٰهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلٰى رَسُوْلِكَ الْكَرِيْمِ
 وَارْحَمْهُمَّ بِرَحْمَتِكَ الْوَّاسِعَةِ
 اِنَّهُمْ مَضَوْا عَهْدَ عَهْدٍ وَتَرَكُوْا
 اٰمَانَ اٰمَانٍ وَتَرَكَوْا اٰمَانَ
 اٰمَانٍ وَتَرَكَوْا اٰمَانَ
 اٰمَانَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat keberuntungan” (Chapra & Khan, 2008). (Q.S. Al-Imrah:30).

Ayat di atas dapat disimpulkan riba dalam ayat ini dimaksudkan utang-piutang yang ketika tidak bisa dibayar pada waktu jatuh tempo, pengutang diberi tambahan waktu, tetapi dengan ganti berupa penambahan jumlah yang harus dilunasinya. Menurut para ulama, riba nasiah ini haram, walaupun jumlah penambahannya tidak berlipat ganda.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara pihak bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) lembaga keuangan yang mempunyai strategi-strategi pemasaran dalam setiap produk-produk yang mereka tawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan. Produk-produk di Permodalan Nasional Madani (PNM) seperti; *pertama* pembiayaan modal usaha, *kedua* pembiayaan Multiguna dan *ketiga*

pembiayaan sehari-hari.

Permodalan Nasional Madani (PNM) menyediakan beragam produk-produk serta jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, Permodalan Nasional Madani (PNM) menjadi alternatif dalam sistem keuangan yang diminati oleh masyarakat.

Seiring dengan perkembangan zaman mulai banyak bermunculan lembaga-lembaga keuangan, khususnya lembaga keuangan yang menggunakan sistem perbankan syariah yang salah satunya Permodalan Nasional Madani (PNM) lahir untuk memperkenalkan dan memberikan produk-produk sesuai dengan landasan syariah.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan mengangkat judul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Murabahah* di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM), Cabang Padang”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa saja produk-produk pembiayaan *murabahah* di Permodalan Nasional Madani (PNM)?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk-produk pembiayaan *murabahah* di Permodalan Nasional Madani (PNM)?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apa saja produk-produk pembiayaan *murabahah* di Permodalan Nasional Madani (PNM)
- b. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk-produk pembiayaan *murabahah* di Permodalan Nasional Madani (PNM).

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bahwa lembaga keuangan syariah dapat berperan penting dalam perekonomian sebagai aplikasi dari lembaga keuangan syariah, sehingga dapat mengembangkan ekonomi keislaman yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

- b. Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan untuk menambah wawasan bagi para pihak yang terlibat dalam proses penyelenggara di Permodalan Nasional Madani (PNM).

c. Manfaat Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan menjadi referensi mengenai studi bidang ekonomi Syariah, khususnya tentang strategi pemasaran dan produk-produk di lembaga keuangan syariah.

d. Manfaat bagi Lembaga

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi mahasiswa Universitas Alma Ata Yogyakarta dan perpustakaan serta menambah khasanah keilmuan dan dijadikan bahan referensi untuk peneliti selanjutnya yang terkait dengan strategi pemasaran dan produk-produk di lembaga keuangan syariah.

D. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan, dalam bab ini diuraikan mengenai beberapa sub-sub bab, seperti latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori, Bab ini membahas tentang telaah pustaka yang berisi ringkasan penelitian terdahulu, yang masih relevan dengan penelitian ini serta membahas tentang landasan teori meliputi beberapa uraian materi-materi dan teori-teori yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* di Permodalan Nasional Madani (PNM), seperti definisi strategi pemasaran, jenis-jenis strategi dan produk-produk pembiayaan *murabahah* di Permodalan Nasional Madani (PNM).

BAB III : Metode Penelitian, Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi jenis penelitian, objek penelitian, sumber data, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan, Pada bab ini membahas analisis strategi pemasaran produk-produk pembiayaan *murabahah* di Permodalan Nasional Madani (PNM). Dan produk-produk pembiayaan *murabahah* di Permodalan Nasional Madani (PNM).

BAB V : Penutup, Memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian khususnya yang menjadi substansi atas jawaban dari rumusan masalah, selain itu dibagian selanjutnya peneliti coba memberikan saran serta masukan bagi pihak Permodalan Nasional Madani (PNM) dan saran untuk peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, S. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis (Cet Ke-2)*. UIN Maliki Press (Anggota IKAPI).
- Akbar, F. (2010). *Strategi Pemasaran BMT Al Ikhlas Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Al Ayubi, A. (2016). *Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Mega Syariah Kantor Cabang Tangerang City*. --.
- Ali, M. (2013). *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*. Angkasa.
- Anjarsari, S. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan*
- Amelia, R. W., Suhardjanto, D., Probohudono, A. N., Honggowati, S., & Setiorini, K. R. (2023). Cultural Heritage Disclosure in Indonesia: An Agency Theory Perspective. *Migration Letters*, 20, 485–497. <https://doi.org/10.47059/ml.v20iS5.4026>
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*. Gema Insani.
- Arif, N. R. Al. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakte*. Rineka Cipta.
- Ascarya. (2012). *Akad & Produk Bank Syariah*. Rajawali Press.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press.
- Astutik, W., & Surtoto, T. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembiayaan Bermasalah (Studi Kasus di BMT Artha Barokah Yogyakarta 2013). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, V(1), 49–62.
- Bahasa. gamedia Pustaka Utama.
Berdasar PSAK dan PAPS. Grasindo.
- Chapra, U., & Khan, T. (2008). *Regulasi dan Pengawasan Bank Syariah (Cet ke-1)*. Bumi Aksara.
- Departemen Agama RI. (2018). *Al-quran dan Terjemahnya*. Diponegoro.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2012). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat*
- Diniaty, D., & Agusriani, A. (2014). Perancangan Strategi Pemasaran pada Produk Anyaman Pandan. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 11(2), 175–184.

- Djamil, F. (2013). *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga DSN-MUI*. (2020). *Tentang Murobahah*. Fatwa DSN-MUI No.04//DSN-MUI/IV/2000.
- FAJRI, R. N., AZIZ, N., NORBAYA, S., & YAHAYA, B. (2022). Optimizing the Role of Financing Units in Financial Institutions and Banking for Going Concern Micro, High Schools and Medium Enterprises (MSMES). *Admin369.Seyboldreport.Org*, 2470–2489. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7404854>
- Fitriyanti, F., Ichsan, M., & Setiorini, K. R. (2023). Detection Implementation of Risk Management for Commercial Digital Banking. *Migration Letters*, 20(S11), 727–734.
- Gitosudarno, I. (2001). *Manajemen Strategis*. BPFE.
- Hasan, A. (2009). *Marketing*. Medpress.
- Handayani, S., Suhardjanto, D., Muhtar, E., Honggowati, S., & Setiorini, K. R. (2023). The Influence of Board of Directors Diversity on Carbon Emission Disclosure. *Migration Letters*, 20, 305–316. <https://doi.org/10.47059/ml.v20iS5.4012>
- Implikasinya Terhadap Kesejahteraan Anggota Dalam Persepektif Ekonomi Syari'ah (Studi Kasus di Kopwan BMT An Nisa Yogyakarta, 2013). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, V(01), 63–78.
- Kamal, A. H., Purbowisanti, R., Sani, A. A., & Setiorini, K. R. (2021). Do the Distribution of Zakat and Islamic Bank Financing Affect Income Inequality in Indonesia? *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5(1), 90–102. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v5i1.5854>
- Karim, A. (2014). *Bank Islam*. PT Raja Grafinado Persada.
- Kasiram, M. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. UIN Maliki Press (Anggota IKAPI).
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. PT Raja Grafinado Persada.
- Kasmir. (2011). *Manajemen Perbankan* (Edisi 1). PT Raja Grafinado Persada.
- Kholter, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Prenahildo.
- Keuangan Syariah*. Sinar Grafika.
- Khan, A., Chen, C. C., Lu, K. H., Wibowo, A., Chen, S. C., & Ruangkanjanases, A. (2021). Supply chain ambidexterity and green scm: Moderating role of network

capabilities. *Sustainability* (Switzerland), 13(11), 1–13.
<https://doi.org/10.3390/su13115974>

Khotler, P. (1996). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Pearson Education Asia.

Lestari, N. M. (2015). *Sistem Pembiayaan Bank Syariah*. Grafindo Creative

Lupiyoadi, R., & A Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa (Ke-2)*. Salemba Empat.

Metekohy, E. Y. (2013). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank X Syariah Cabang Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(01).

Muhammad. (2002). *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. UII Press.

Muhammad. (2011). *Manajemen Bisnis Syari'ah*. UPT AMP YKPM.

Murabahah Pada Usaha Mikro (Studi Kasus Pada BPRS Metro Madani Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan). UIN Raden Intan Lampung.

Najma, S. (2008). *Bisnis Syari'ah Dari Nol*. PT. Mizan Publika.

Narbuko, C., & Achmad, A. (2012). *Metodologi Penelitian*. PT. Bumi Aksara.

Ngasifudin, M., & Salam, A. (2015). Analisis Akad Pembiayaan Mudharabah Dan

Nurnasrina, & P. Adiyes Putra. (2018). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*.

OJK. (2012). *Booklet Perbankan Indonesia*. Booklet.

Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).

Poerwadarminta, W. J. . (1983). *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Cet. 6). Balai Pustaka.

Publishing and Printing.

Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Graha Ilmu.

Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap

Rachmadani, W. S., Suhardjanto, D., Almasyhari, A. K., Widarjo, W., & Setiorini, K. R.

(2023). Public Sector Budget Based on Systemic Agenda: What Factors Leading the Budget Change Policy in the Crisis Time in Indonesia? *Migration Letters*, 20, 287–304. <https://doi.org/10.47059/ml.v20iS5.4011>

Ramadani, R. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Pada KSPPS BMT ARSYADA METRO)*. UIN Raden Intan Lampung.

- Ramli, H. M. (2014). *Manajemen Stratejik Sektor Publik*. Alauddin University.
- Rianto, M. N. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Alfabeta.
- Riva'i, V., & Andria Permata Veithzal. (2008). *Islamic Financial Management*. PT Raja Grafinado Persada.
- Ruangkanjanases, A., Sivarak, O., Wibowo, A., & Chen, S. C. (2022). Creating behavioral engagement among higher education's prospective students through social media marketing activities: The role of brand equity as mediator. *Frontiers in Psychology*, 13(October), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1004573>
- Salim, A., Rochmadi, T., Kurniasari, Y., Sujono, R. I., Fajri, R. N., Kusumawardani, N., Wahyudi, A., & Mustakim, M. (2022). Lecturers' and Students' Responses toward the Implementation of the Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) Program at Alma Ata University. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(3), 3793–3806. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i3.1607>
- Selang, C. A. D. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Setiorini, K. R., Rahmawati, Payamta, & Hartoko, S. (2022). The pentagon fraud theory perspective: understanding of motivation of executives to manipulate with the financial statements of a state-owned enterprise. *Economic Annals-XXI*, 194(11–12), 104–110. <https://doi.org/10.21003/ea.V194-13>
- Shinta. (n.d.). *Manajemen Pemasaran*. UB Press.
- Siti Arifah, Agung Nur Probohudono, Rahmawati, Setianingtyas Honggowati, & Kusumaningdiah Retno Setiorini. (2023). Performance in Soe Two Tiers Board System Based on the Implication From Good Corporate Governance and Tunneling or Propping Through Related Party Transactions. *Journal of Namibian Studies : History Politics Culture*, 33, 991–1015. <https://doi.org/10.59670/jns.v33i.548>
- Soemitra, A. (2010). *Bank & Lembaga Keuangan Syari'ah (Ke-2)*. Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D* (edisi Ke-8). Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metode Penelitian*. Pustaka Baru Press.

- Sujono, R. I., & Wibowo, F. W. (2020). Marketing Mix Dan Tingkat Margin Dalam Pengambilan Keputusan Pembiayaan Pada Nasabah Bank Syariah. *El Dinar: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 37–51.
- Sujono, R. I., Wiyandi, W., Wahyu Wibowo, F., Yunadi, A., Haq Kamal, A., Wibowo, A., & Salam, A. (2023). Purchase Decision on Halal Products among Female Muslims: Evidence from Indonesia. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 8(3), 309–321. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v8i3.555>
- Sumardi, S. (2009). *Metodologi Penelitian*. PT Raja Grafindo Persada.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Andi Offset.
- Supriyono, Suhardjanto, D., Khabib, N., Supheni, I., Rachmadani, W. S., Warsina, Amelia, R. W., & Setiorini, K. R. (2023). Financial Accountability of Wayang Kulit Performances in Surakarta-Yogyakarta, Indonesia. *Migration Letters*, 20, 754–764. <https://doi.org/10.47059/ml.v20iS6.4338>
- Tamara, A. (2016). Implementasi analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk mandiri tabungan bisnis. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(3).
- Ulus, A. A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategik Untuk Skripsi, Tesis, Dan Praktik Bisnis*. Rajawali Press.
- Viantina, A. L., Purbowisanti, R., Ady Rahmanto, D. N., Ilmiah, D., & Febriyanti, N. (2022). The Influence of Plafond, Tenor, Application Process, and Loan Frequency on The Growth of Bank Syariah Indonesia's MSMEs Customers. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(2), 180–195. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i2.5405>
- Wahyuningtya. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Murābahah di Baitul Maal wa Tamwil Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung*. IAIN Tulungagung.
- Wahyuningtyas, P. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Murabahah Di Baitul Maal Wa Tamwil Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung*.
- Wangsawidjaja. (2012). *Pembiayaan Bank Syariah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wiyono, S. (2015). *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syari'ah*

Lampiran: 1 Surat Izin Penelitian



**IMPLEMENTATION ARRANGEMENT FORM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ALMA ATA
No. 036/B/IA/FEB/UAA/VIII/2022**

kegiatan Penelitian

Nama Pemimpin	: Yulia Vitria Yohannes
Tempat pelaksanaan kegiatan	: Pt. Permodalan Nasional Madani
Pelaksanaan kegiatan	: Penelitian
Jabatan	: Pimpinan Cabang Pt.PNM Cab,Padang
Alamat	: Pt. Permodalan Nasional Madani Jl. Ahmad Yani No.39 A Padang, Sumatera Barat
Email/No. HP	: yulia_fv@pnm.co.id
Dengan ini menerangkan bahwa	:
Nama Mahasiswa	: Riky Andrea Winardo
NIM/Prodi	: 172200196/Ekonomi Syariah
Kegiatan	: Penelitian
Deskripsi kegiatan	: Penelitian untuk pemenuhan tugas akhir dengan mengambil Sebagian data dengan Wawancara Di Pt. Permodalan Nasional Madani (PNM)
Tanggal Kegiatan	: 01 Agustus – 01 September 2022
Asal Universitas	: Universitas Alma Ata
Alamat Universitas	: Jl. Brawijaya No.99, Jadan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Telah melaksanakan kegiatan penelitian di Pt. Permodalan Nasional Madani (PNM) Padang dengan
keluarnya surat ini, menerangkan bahwa mahasiswa diatas menjalankan kegiatannya dengan baik.

Pimpinan,


(Yulia Vitria Yohannes)

Yogyakarta, 15 Agustus 2022
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Alma Ata


(Defia Ihsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC)

The University that never ends with its innovation



Lampiran: 2 Surat Izin di Tempat Penelitian

PNM
Permodalan Nasional Madani

Nomor : S- 2112-PNM-PDG/VIII/2022
Lampiran : -
Perihal : Telah Melaksanakan Penelitian di PT. Permodalan Nasional Madani

Kepada Yth
Dekan Universitas Alma Ata Yogyakarta
di-
Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Memperhatikan surat saudara Nomor: 036/T/IA/FEB/UAA/VIII/2022 tanggal kegiatan 01 Agustus - 01 September 2022, perihal sebagaimana pada pokok surat. Dengan ini menyatakan bahwa saudara di bawah ini:

Nama : Riky Andrea Winardo
NIM : 172200196
Prodi : Ekonomi Syariah

Telah melaksanakan kegiatan penelitian di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM), Cabang Padang, dalam penyusunan Skripsi dengan Judul:
"Analisis Strategi Pemasaran Produk Perabanyakan Murnabah di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM), Cabang Padang"

Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Padang, 15 Agustus 2022
Manajer PT. Permodalan Nasional Madani


Panji Nisantara

PT Permodalan Nasional Madani
Cabang Padang - Jl. Ahmad Yani No. 29 A Padang 25113 Telp. (075) 311 62, 63, 64, 65 Fax. (075) 841 230 Email : panji@pnm.co.id





