

**ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN
PEMBIAYAAN MUSYARAKAH DI BIDANG PERTANIAN
(STUDI KASUS DI KSPPS BMT AMANAH FARM KECAMATAN
BULU KABUPATEN SUKOHARJO)**



**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi Strata I
Pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HES) Fakultas Agama Islam**

OLEH:

DWI KARINTA INDAH KURNIA SARI

I000180003

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN
MUSYARAKAH DI BIDANG PERTANIAN (STUDI KASUS DI KSPPS
BMT AMANAH FARM SEJAHTERA KECAMATAN BULU KABUPATEN
SUKOHARJO)**

PUBLIKASI ILMIAH

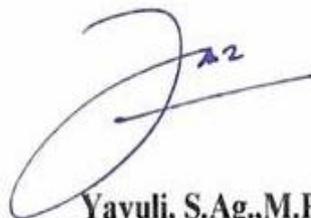
Oleh:

Dwi Karinta Indah Kurnia Sari

1000180003

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Yavuli, S.Ag., M.P.I

NIDN. 0612056404

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MUSYARAKAH DI
BIDANG PERTANIAN (STUDI KASUS DI KSPPS BMT AMANAH FARM KECAMATAN
BULU KABUPATEN SUKOHARJO)**

OLEH

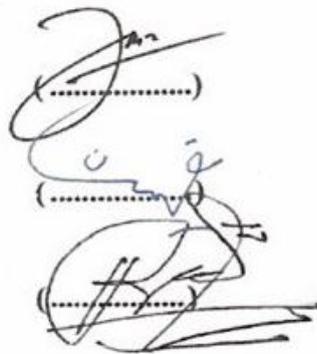
DWI KARINTA INDAH KURNIA SARI

I000180003

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari/Tanggal 14 Juni 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Yayuli, S.Ag., M.P.I
(Ketua Dewan Penguji)
2. Lukmanul Hakim, Lc., M.H.
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Harun, M.H
(Anggota II Dewan Penguji)

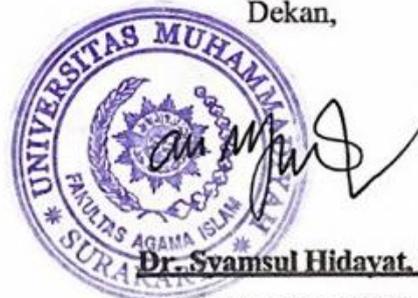


Surakarta, 19 Juni 2022

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Agama Islam

Dekan,



Dr. Svamsul Hidayat, M. Ag.

NIDN 0605096402

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 08 Juni 2022

Penulis



Dwi Karinta Indah Kurnia Sari

I000180003

**ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN
PEMBIAYAAN MUSYARAKAH DI BIDANG PERTANIAN (STUDI
KASUS DI KSPPS BMT AMANAH FARM KECAMATAN BULU
KABUPATEN SUKOHARJO)**

Abstrak

Pembiayaan musyarakah merupakan akad kerjasama antara dua orang atau lebih dimana keuntungan dibagi sesuai kesepakatan dan kerugian ditanggung bersama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan musyarakah dibidang pertanian dan bagaimana implementasinya oleh KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera. Strategi yang diterapkan oleh KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera ini ternyata berdampak positif terhadap anggota yang menggunakan pembiayaan musyarakah yang berada di KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera. Strategi pemasarannya yaitu dengan cara mendatangi beberapa pertemuan yang dilakukan oleh masyarakat. Minimnya modal pertanian, dan hasil yang belum pasti pembiayaan musyarakah ini sangat cocok untuk para petani yang membutuhkan modal, dikarenakan pembiayaan musyarakah sangat aman untuk para petani, yang mana pembagian keuntungan diakhir waktu masa panen. Dengan pembiayaan musyarakah ini petani akan merasa terbantu. Masih banyak masyarakat yang belum tau pembiayaan syariah maupun pembiayaan musyarakah. Adapun kendala operasional dalam strategi pemasaran pembiayaan musyarakah di KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera yaitu sulitnya merubah mindset masyarakat pada pembiayaan yang berbasis syariah.

Kata kunci : strategi pemasaran, pembiayaan musyarakah, pertanian, KSPPS, BMT

Abstract

Musyarakah financing is a cooperation agreement between two or more people where profits are shared according to an agreement and losses are shared. This study aims to determine the marketing strategy of Musyarakah financing in agriculture and how it is implemented by KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera. The strategy implemented by KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera has a positive impact on members who use musyarakah financing in KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera. The marketing strategy is by attending several community meetings. The lack of agricultural capital, and uncertain results. Musyarakah financing is very suitable for farmers who need capital, because Musyarakah financing is very safe for farmers, which is profit sharing at the end of the harvest period. With this musyarakah financing, farmers will feel helped. There are still many people who do not know about sharia financing and musyarakah financing. The operational constraint in the marketing strategy of Musyarakah financing at KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera is the difficulty of changing people's mindsets on sharia-based financing.

Keywords: marketing strategy, musyarakah financing, agriculture, KSPPS, BMT

1. PENDAHULUAN

BMT adalah singkatan dari Baitul Mal Wattamwil. BMT terdiri dari dua istilah, baitul mal dan baitul tamwil. Dalam bahasa Indonesia artinya rumah uang dan rumah pembiayaan. Kegiatan Baitul Mal lebih pada upaya menghimpun dana dan menyalurkan dana non profit seperti zakat, infaq dan shodaqoh, dan dilakukan sesuai dengan peraturan dan amanah.

Secara umum, strategi pemasaran tidak hanya diterapkan oleh perbankan, tetapi juga BMT selaku lembaga keuangan mikro. Hal tersebut karena pemasaran akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan BMT itu sendiri. sedangkan secara konseptual, BMT membutuhkan riba gratis dan juga perlu menjalankan strategi pemasarannya sesuai dengan hukum Syariah untuk menciptakan keadilan. Ketepatan dalam memilih strategi pemasaran sangat diperlukan agar salah satu tujuan dari BMT yaitu menjadikan konsumen merasa tertarik terhadap jasa dan produk yang ditawarkan dapat tercapai. Selain pemasaran, promosi juga mampu memengaruhi konsumen untuk segera membeli. Maka dari itu, agar konsumen tertarik untuk membeli, organisasi harus dapat mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat berdasarkan kondisi pasar yang dihadapinya. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi pemasaran, salah satunya adalah pilihan promosi untuk memasarkan produk dan jasa.

Musyarakah adalah akad bagi hasil ketika dua atau lebih pemilik dana/modal menjalin kerja sama sebagai mitra usaha untuk mendanai investasi baru atau yang sedang berjalan. Pada umumnya, akad musyarakah diterapkan dalam proyek yang dibiayai bersama oleh bank dan nasabah. Ketika proyek telah selesai, maka dana tersebut akan dikembalikan oleh nasabah bersama dengan bagi hasil yang sebelumnya telah disepakati dengan pihak bank (Sugito et al., 2020)

Masalah permodalan masih sering menjadi kendala dan masalah dalam berbagai sektor di Indonesia, termasuk sektor pertanian yang menjadi sektor

yang memegang peranan terbesar dalam perekonomian nasional. Pada umumnya, sebagian besar petani di Indonesia adalah petani tunggal, artinya mereka masih menggunakan modal sendiri untuk mengembangkan usahanya. Salah satu penyebab minimnya sumber pembiayaan karena industri lembaga keuangan syariah menganggap tingginya risiko pembiayaan di sektor pertanian. Risikonya berupa jangka waktu pembayaran saat panen, sehingga ada selang waktu yang lama dalam pembiayaan, dan sektor pertanian juga dipengaruhi kondisi alam yang sangat sulit diprediksikan. Oleh karena itu, pelaku usaha pertanian membutuhkan model pembiayaan yang dapat dimanfaatkan guna mengoptimalkan produksi. Pembiayaan yang cukup efektif dipergunakan dalam pembiayaan di bidang pertanian adalah pembiayaan musyarakah.

Dari uraian yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi pemasaran pembiayaan musyarakah di bidang pertanian yang dilakukan oleh BMT Amanah Ummah Farm Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo yang dituangkan dalam judul “Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Pembiayaan Musyarakah di Bidang Pertanian (Studi Kasus di KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo)”

2. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field research*.

Penelitian lapangan merupakan penelitian di lapangan tertentu dengan metode pengumpulan data atau informasi data secara benar sesuai informasi yang diperoleh. Sebelum melakukan penelitian lapangan dilakukanlah pengolahan data atau pengutipan referensi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif serta analisis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera yakni dengan cara mendatangi beberapa pertemuan yang dilakukan oleh kelompok tani, ibu-ibu PKK, dan sekolah untuk memperkenalkan pembiayaan yang ada di KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera. Mereka melakukan sosialisasi untuk akad musyarakah kepada para petani sebulan sekali.

KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera memiliki pembiayaan yang cocok untuk para petani yaitu pembiayaan musyarakah. Dengan pembiayaan musyarakah ini petani akan merasa terbantu dan tentunya mudah. Pembiayaan dengan syariat islam, tidak riba, pembagian keuntungan dan kerugian dilakukan sesuai dengan kesepakatan bersama.

KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera lebih memfokuskan pada para petani untuk dibina dan disosialisasikan supaya petani tertarik menggunakan pembiayaan musyarakah. KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera menyalurkan pembiayaan musyarakah untuk masyarakat yang membutuhkan modal guna usaha pertanian. Dengan adanya pembiayaan musyarakah ini diharapkan bisa membantu petani dalam menjalankan usahanya sampai masa panen.

Pembiayaan musyarakah yang di terapkan pada KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera yaitu musyarakah al-'inan dimana akad kerja sama antara dua pihak atau lebih dalam suatu badan usaha yang saling membagi keuntungan dan kerugian menurut kesepakatan bersama.

Musyarakah berfungsi untuk meningkatkan hasil panen dengan modal sedikit. Para petani melakukan pinjaman atau pembiayaan musyarakah dikarenakan terhalangnya dana. Dalam usaha pertanian dalam pedesaan, sistem bagi hasil adalah sistem yang melekat dan sudah berlangsung lama. Sistem bagi hasil juga merupakan sistem yang cocok untuk pengelolaan pertanian dengan penghasilan yang tidak pasti. Sistem bunga dalam konvensional akan memberatkan petani karena hasil usaha tidak menentu namun bunga yang ditetapkan sama.

Kendala operasional dalam strategi pemasarannya adalah koperasi syariah yang tergolong masih baru, begitu juga dengan pembiayaan musyarakah yang ada di KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera. Masyarakat Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo masih belum paham betul dengan pembiayaan musyarakah itu seperti apa. Merubah mindset masyarakat kepada pembiayaan berbasis syariah terbilang sulit, sebab masyarakat sudah terbiasa menggunakan pembiayaan konvensional, jadi dakwahnya juga sulit.

Adapun resiko dalam pembiayaan musyarakah yaitu resiko yang muncul akibat kegagalan rekanan debitur dalam memenuhi kewajibannya saat jatuh tempo. Kendala penerapan pembiayaan musyarakah adalah pada sisi anggota, umumnya masih memiliki manajemen administrasi yang minim dan munculnya masalah moral hazard, yakni terkadang anggota tidak menyusun laporan realisasi pendapatan atau melakukan kecurangan dengan menyusun laporan yang tidak sesuai dengan realisasi pendapatan.

4. PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasar pada hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah secara umum strategi pemasaran pembiayaan musyarakah dibidang pertanian yang digunakan oleh KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera adalah dengan cara terjun langsung kelapangan, mengikuti acara kumpulan kelompok tani, kelompok wanita tani dan ibu-ibu PKK. Pihak KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera melakukan dakwah, memperkenalkan pembiayaan musyarakah terhadap masyarakat. Aplikasi pembiayaan musyarakah pada KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera sudah sesuai dengan Fatwa DSN Nomor 08/DSN-MUI/IV/2000. BMT ini menggunakan pembiayaan musyarakah *al- 'inan*.
2. Kendala oprasional dalam strategi pemasaran pembiayaan musyarakah di KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera yaitu merubah *mindset* masyarakat kepada pembiayaan berbasis syariah terbilang sulit, sebab masyarakat sudah terbiasa menggunakan pembiayaan konvensional.

B. Saran

Berdasar pada hasil penelitian, maka berikut beberapa saran yang dapat disampaikan, yaitu:

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih lanjut mengenai strategi pemasaran pembiayaan musyarakah di

bidang pertanian baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Selain itu mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingginya resiko pembiayaan bagi hasil, salah satunya pembiayaan musyarakah, sehingga mendapatkan strategi khusus mengenai pembiayaan yang memiliki resiko ini.

2. Bagi KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera Dalam upaya strategi pemasaran pembiayaan musyarakah dibidang pertanian ini lebih ditekankan lagi dengan ciri yang menonjol dan ada perbedaan dengan pembiayaan yang lain. Sosialisasi pada masyarakat terkait produk koperasi syariah atau BMT, terutama bagi pembiayaan yang mempergunakan prinsip bagi hasil. Dapat dijabarkan bahwa pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, kedua belah pihak yang bekerja sama dalam kontribusi dana bersama-sama menanggung untung dan rugi. Pengelola dana mempunyai kewajiban memaksimalkan keuntungan dalam mengelola usaha.
3. Bagi petani dengan adanya penelitian ini, diharapkan petani bisa paham apa itu pembiayaan musyarakah dan keuntungan dalam menggunakan pembiayaan musyarakah. Diharapkan juga semakin banyak petani yang menggunakan pembiayaan musyarakah.
4. Bagi Universitas Muhamadiyah Surakarta hasil penelitian ini biasa digunakan untuk mahasiswa yang sedang mencari referensi tentang pembiayaan musyarakah dalam bidang pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, H. (2021). *Analisis Implementasi Pembiayaan Musyarakah Di Sektor*

Pertanian Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani (Studi Pada Koperasi Syarah Sendang Arta Abadi). Universitas Islam Negri Sunan Ampel Surabaya.

Arifah, T. D. (2017). *Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil (Studi Kasus: BPRS Khasanah Ummat Kembaran Banyumas)*. Institut Agama Islam Negri Purwokerto.

Darmalaksa, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. In *Pre-print Digital Library*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Dianto, A. Y. (2019). Strategi Penerapan Akad Musyarakah Pada Bidang Pertanian Di Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (LKMA) Amanah Mandiri Sekarputih, Nganjuk. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 6(1), 1–15.

DSN-MUI. (2000). Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Tentang Pembiayaan Musyarakah. *Himpunan Fatwa DSN MUI*, 5. <http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/07-Mudharabah.pdf>

Firdaus, F. R. (2019). *Strategi Pemasaran KSPPS BMT BUS Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah “Deposito Mudharabah” Di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera cabang Maguwoharjo Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.

Hardani, D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka

Ilmu.

Harun. (2017). *Fiqh Muamalah*. Muhammadiyah University press.

Hasanah, U. (2018). Bay' Al-Salam dan Bay' Al-Istisna' (Kajian Terhadap Produk Perekonomian Islam). *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(1), 162–173.

Hidayat, S. (2013). Penerapan Akuntansi Syariah Pada BMT Lisa Sejahtera Jepara. *Jdeb*, 10(2), 167–179.

Indi Masita Lisdawami & Imron Mawardi. (2017). Pengembangan Produk Funding KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Penerapan*, 4(11), 889–901.

Irwan & Nelly. (2020). Pengaruh Pembiayaan UED-SP Terhadap Efektivitas Usaha Masyarakat Desa Pada Bidang Pertanian Kecamatan Bantan. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 4(1), 32–44.

Ismanto, K. (2015). Pengelolaan Baitul Maal Pada Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Di Kota Pekalongan. *Jurnal Penelitian*, 12(1).

Kaelan. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*. Paradigma.

Krisna Sudjana & Rizkison. (2020). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 185–194.

Kuncoro, A. A. (2020). Strategi Peasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada

Baitul Maat Wat Tamwil (BMT) Mulya jaya Mandiri Di Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan. In *Skripsi*. Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung.

Lubis, A. N. (2004). *Strategi Pemasaran Dalam Bisnis*. Universitas Sumatra Utara.

Mardani. (2016). *Fiqh Ekonomi Syariah*. Kencana.

Mujiatun, S. (2013). Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna'. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 13(2), 202–216.

Nasution, Z. (2016). Model pembiayaan syariah untuk sektor pertanian. *Jurnal Dinar Ekonomi Syariah*, 1(1), 1–12.

Prihandoko, F. N. (2020). *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Prima Madina Syariah Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.

Qurrotul & Yuli. (2021). Pembiayaan Bank Syariah Dalam Sektor Pertanian. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 27–39.

Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakter dan Keunggulannya*. PT Grasindo.

Ridho, W. N. (2010). Strategi Pemasaran Pembiayaan Pertanian (Agricultural Financing Marketing Strategy). *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 2(1).

- Sandu Siyono & Ali Shodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publising.
- Sarayati, M. (2015). *Strategi Mitigasi Resiko Pembiayaan Musyarakah Bank Muamalat Indonesia*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sintya, D. E. (2020). *Analisis Bauran Pemasaran Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah Di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo*. Institut Agama Islam Negri Ponorogo.
- Subadi, T. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Muhammadiyah University press.
- Sugito, S., A. Wahid, N., & Zulhilmi, M. (2020). Analisis Implementasi Akad Musyarakah Pada Bpr Syariah Di Provinsi Aceh. *Journal of Sharia Economics*, 1(1), 82–98. <https://doi.org/10.22373/jose.v1i1.632>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Syihannahri, A. (2018). *Tata Kelola Pengarsipan Dokumen Pada Produk Pembiayaan Mudharabah KSPPS Tamzis Cabang Kotagede*. Universitas Islam Indonesia.
- Ulpah, M. (2020). Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah. *Madani*

Syari'ah, 3(2), 147–160.

Ulya, I. (2015). *Praktik Pembiayaan Musyarakah di BMT Harum Bangsri Jepara Dalam Perspektif Hukum Islam*. Universitas Islam Negri Walisongo.

Widiana & Arna. (2017). Menilik Urgensi Penerapan Pembiayaan Akad Salam pada Bidang Pertanian di Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 88–101.

Zakiah, S. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Bmt Di Kota Bogor Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah*. Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta.