

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Institusi keuangan pada kebanyakan sering dikenal dengan sebutan bank yang bertindak dalam pengumpul dana dari masyarakat dan memberikan kredit dan layanan pembayaran lainnya kepada masyarakat. Indonesia sendiri, sistem perbankan terdapat dua macam bank, yaitu bank konvensional dan bank syariah.<sup>1</sup> Bank konvensional berarti bank yang menjalankan kegiatannya tidak dilandaskan pada syariat Islam, hanya mengedepankan keuntungan dan berlandaskan pada hukum formil, sedangkan bank syariah merupakan bank yang kegiatannya menggunakan prinsip syariah dan ketentuannya dilandaskan pada hukum Islam.<sup>2</sup> Perbankan baik konvensional maupun syariah tidak terlepas dari tata kelola perusahaan yang baik agar mencapai tujuan yang baik, didalam operasionalnya bank syariah tidak berpengaruh pada tingkat bunga, dikarenakan operasional yang dilaksanakan telah menggunakan prinsip bagi hasil bebas bunga, bagi hasil yang didapat oleh bank syariah sama dengan yang dibayarkan kepada nasabah sesuai dengan akad yang disepakati antara nasabah dan bank.<sup>3</sup>

Salah satu jenis Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang sedang berkembang kala ini yaitu BPRS. BPRS ini telah tersebar di seluruh wilayah Indonesia untuk memberikan akses keuangan bagi masyarakat, BPRS melayani berbagai jasa yaitu pendanaan atas penyertaan modal (*Musyarakah*), bagi hasil

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2018), 8.

<sup>2</sup> Hadi Ismanto, *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), 2.

<sup>3</sup> Buchari Alam, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), 6.

(*Mudharabah*), jual beli dengan mendapatkan profit (*Murabahah*) serta pendanaan barang modal dengan prinsip sewa (*Ijarah*). BPRS mempunyai berbagai macam akad dan wujud pendanaan, salah satunya pada produk pembiayaan adalah *murabahah* yang melakukan pembayaran barang ataupun aset yang telah diinginkan oleh nasabah dari pemasok lalu sampailah kepemilikannya itu berada pada tangan bank secara hukum, lalu pihak bank tersebut akan menjual barang ataupun asstnya itu kepada nasabah dengan menambahkan jumlah keuntungan lalu bank juga harus dan wajib memberitahukan berapa harga barang atau asset tersebut kepada nasabah. Lebih mudahnya antara penjual barang (bank) kepada nasabah dilakukan atas dasar *cost-plus-profit*.

Salah satu lembaga keuangan syariah yang saat ini berkembang di Indonesia adalah BPRS Artha Pamenang, BPRS Artha Pamenang salah satu lembaga Perbankan Syariah yang bertempat di wilayah Kediri. BPRS Artha Pamenang juga beberapa kali telah mendapatkan penghargaan dari *Infobank Sharia Award* pada tahun 2017, 2018, dan 2019 sebagai BPRS yang mempunyai kinerja sangat bagus. Penghargaan itu tentunya menjadi kelebihan tersendiri untuk menarik minat nasabah dalam mengajukan simpanan maupun pembiayaan pada BPRS Artha Pamenang. BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih ini ada pada lokasi yang sangat strategis yang mudah dijangkau oleh seluruh masyarakat yang ingin melaukan pembiayaan, namun dengan berbagai prestasi dan keunggulan tersebut harus dibarengi dengan strategi pemasaran yang tepat agar produk-produk di BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih banyak diminati.

Strategi pemasaran merupakan peran yang penting didalam keberhasilan suatu bisnis, pernyataan tersebut menunjukkan bidang peamasaran penting dilakukan dalam suatu bisnis karena memiliki peran penting dalam suatu bisnis. Strategi pemasaran menduduki peranan penting pada keberhasilan bisnis.<sup>4</sup> Strategi pemasaran memberikan gambaran yang terarah dan jelas tentang suatu kegiatan yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar dapat memaksimalkan peluang di pasar dengan objek yang berbeda. Persaingan pasar modal global adalah fakta utama untuk kehidupan ekonomi yang akan terjadi tidak hanya pada pasar jasa saja, memalinkan juga pada pasar barang. BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih selalu ingin tetap bertahan dan selalu mengembangkan pangsa pasarnya dan memiliki strategi pemasaran yang tepat, agar bisa mencapai *margin* yang optimal.

BPRS Artha Pamenang kantor Kas Ngadiluwih selalu menunjukkan tingkat keberhasilannya, pernyataan tersebut dapat dilihat dari meningkatnya jumlah nasabah dan semakin nasabah semakin loyalnya terhadap BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih. Strategi pemasaran memberikan dampak yaitu adanya peningkatan jumlah nasabah BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah nasabah akan terus terjadi jika BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih akan selalu meningkatkan kegiatan pemasarannya secara terus berkala dan selalu terus melakukan berbagai strategi pasar karena dapat mengingat semakin banyaknya pesaing baik lembaga

---

<sup>4</sup> Ade Priangani, "Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global," Jurnal Kebangsaan ISSN: 2089-5917 Vol 2 (2019): 2.

keuangan baik sejenis ataupun lembaga keuangan lain yang menjadi akan pesaing.

BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih adalah kantor BPRS Artha Pamenang didaerah bagian selatan Kediri yang mempunyai nasabah terbanyak, berikut ini data jumlah nasabah BPRS Artha Pamenang di daerah selatan Kediri:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah**  
**BPRS Artha Pamenang Cabang**  
**Ngadiluwih, Wates, dan Sambi 2023**

<b>Kantor Kas BPRS Artha Pamenang</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
Kantor Kas Ngadiluwih	714
Kantor Kas Sambi	576
Kantor Kas Wates	421

Sumber: Dokumen Pusat BPRS Artha Pamenang<sup>5</sup>

Tabel diatas, terlihat bahwa BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih memiliki jumlah nasabah 714 orang, sedangkan pada BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Sambi memiliki jumlah nasabah 576 orang, selanjutnya pada BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Wates memiliki jumlah nasabah 421 orang. Dipastikan BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih yang memiliki jumlah nasabah terbanyak dari 2 kantor kas lainnya. Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian di BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih karena memiliki jumlah nasabah terbanyak dari kantor kas lainnya, selain itu letak kantor BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih yang sangat strategis yang mudah dijangkau semua orang yang dapat menarik minat nasabah bergabung pada BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih.

---

<sup>5</sup> Dokumen Pusat BPRS Artha Pamenang, pada 2023 pukul 10.00

BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih memiliki berbagai produk yang bisa digunakan oleh nasabah, produk-produk di BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih mulai dari pembiayaan sampai simpanan, berikut adalah produk-produk beserta jumlah nasabah di BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Nasabah & Produk Pada BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih**

<b>Tahun</b>	<b><i>Murabahah</i></b>	<b><i>Musyarakah &amp; Mudharabah</i></b>	<b><i>Ijarah Multijasa</i></b>	<b>Tabungan</b>	<b>Deposito</b>	<b>TOTAL</b>
<b>2021</b>	336	100	83	28	0	547
<b>2022</b>	416	107	85	31	0	639
<b>2023</b>	480	111	87	36	0	714
<b>TOTAL</b>	1.232	318	255	95	0	1.900

Sumber: Dokumen Pusat BPRS Artha Pamenang.<sup>6</sup>

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa produk *murabahah* di BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih memiliki jumlah nasabah yang paling banyak dari tahun ke tahun dibandingkan produk yang lainnya. Pembiayaan *murabahah* pada tahun 2021 mendapatkan nasabah 336, pada tahun 2022 mendapatkan jumlah nasabah 416, dan pada tahun 2023 mendapatkan jumlah nasabah 480. Produk *musyarakah* dan *mudharabah* tahun 2021 mendapatkan jumlah nasabah 100, tahun 2022 mendapatkan jumlah nasabah 107, dan pada tahun 2023 mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 111. Pembiayaan *ijarah multijasa* tahun 2021 mendapatkan jumlah nasabah 83, tahun 2022 mendapat jumlah nasabah 85, dan pada tahun 2023 mendapatkan jumlah nasabah 87. Produk tabungan tahun 2021 mendapat jumlah nasabah 28, tahun 2022 mendapat jumlah nasabah 31, dan

<sup>6</sup> Dokumen Pusat BPRS Artha Pamenang, pada 2023 pukul 10.00

pada tahun 2023 mendapatkan jumlah nasabah 36. Produk deposito tahun 2021 mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 0 orang, pada tahun 2022 menjapatkan jumlah nasabah 0 orang, dan pada tahun 2023 mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 0 orang. Penjabaran diatas dapat dilihat bahwa pembiayaan *murabahah* menjadi produk yang paling banyak mendapatkan jumlah nasabah dibandingkan dengan produk lainnya.

Lembaga Perbankan Syariah (LKS) yang ada 2 diwilayah Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri, yang mempunyai ataupun menyediakan produk pembiayaan *murabahah*. Berikut adalah Lembaga Perbankan Syariah yang ada pada lokasi Kecamatan Ngadiluwih yang memiliki produk pembiayaan *murabahah* dan disertai dengan jumlah nasabahnya:

**Tabel 1.3**  
**Daftar Jumlah Nasabah yang Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* pada BPRS di Kecamatan Ngadiluwih Tahun 2020-2023**

<b>Nama Lembaga Perbankan Syariah</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Total</b>
BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih	336	416	480	1.232
BPRS Tanmiya Artha Kantor Kas Ngadiluwih	150	157	180	487

Sumber: Dokumentasi dari masing-masing lembaga<sup>7</sup>

Berdasarkan data yang disajikan diatas dapat memperlihatkan bahwa, BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih tahun 2021 mendapatkan jumlah nasabah 336, kemudian pada tahun 2022 mengalami peningkatan menjadi 416 nasabah, dan pada tahun 2023 jumlah nasabah juga sama mengalami peningkatan sehingga menjadia 480 nasabah. BPRS Tanmiya Artha Kantor Kas Ngadiluwih pada tahun 2021 mendapat jumlah nasabah sebanyak 150, kemudian pada tahun

<sup>7</sup> Dokumen Pusat BPRS Artha Pamenang dan BPRS Tanmiya Artha, pada 2023 pukul 10.00

2022 mengalami peningkatan yaitu 157 nasabah lalu pada tahun 2023 mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 180. Pembiayaan *murabahah* dengan jumlah yang banyak ada pada BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih.

Pembiayaan *murabahah* adalah suatu bentuk akad jual dan beli yang sudah banyak dikembangkan untuk sandaran pokok dalam pembiayaan dalam bentuk modal kerja dan kebutuhan konsumtif. Menurut nasabah, akad *murabahah* adalah suatu model pembiayaan yang alternatif dalam pengadaan barang-barang untuk kebutuhan. Terciptanya pembiayaan *murabahah*, nasabah akan dapat mendapatkan kemudahan dari pembayaran dengan jumlah yang sesuai berdasarkan kesempatan dengan pihak bank diawal proses akad.<sup>8</sup>

Lembaga keuangan akan dituntut harus mampu melakukan hal yang kreatif dan inovatif karena dapat semakin ketat tingginya persaingan bisnis, karena itu diperlukannya fungsi pemasaran yang bagus, karena pemasaran yaitu adalah faktor utama yang penting dalam kelangsungan hidup BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih tersebut. BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih harus mampu menjalankan peran strategi pemasaran dengan baik, dikarenakan baik buruknya strategi pemasaran yang dijalankan oleh suatu BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih akan berpengaruh pada jumlah minat nasabah terhadap BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih tersebut. Karenanya, BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih harus profesional dalam melakukan pengelolaannya agar dapat menarik nasabah. Perencanaan untuk meningkatkan jumlah nasabah yang terdapat pada lembaga keuangan syariah dapat dipengaruhi oleh berbagai kegiatan pemasaran yang baik dan dalam

---

<sup>8</sup> Departemen Perbankan Syariah, *Standar Produk Perbankan Syariah - Murabahah* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2016).

melakukan strategi yang tepat akan berdampak pada kegiatan pemasaran agar berjalan dengan efektif dan efisien.

Berdasarkan latar belakang diatas, munculnya pertanyaan yaitu bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih sehingga bisa mengoptimalkan tujuan ataupun rencana perusahaan, selanjutnya bagaimanakah menghadapi hambatan-hambatan yang terjadi serta penanganan atas solusi atas hambatan tersebut sehingga berhasil membuat peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah* Studi di BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih**".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian konteks yang sudah dipaparkan, maka bisa dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* pada BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih?
2. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* pada BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* pada BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih
2. Untuk menjelaskan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* pada BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih?

### D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi perguruan tinggi

Penelitian ini sangat penting bagi perguruan tinggi. Pertama, mengembangkan materi pengajaran. Kedua, mendukung pengabdian masyarakat. Ketiga, meningkatkan reputasi kampus melalui hasil dari penelitian yang berpengaruh terhadap masyarakat luas dan perusahaan yang dijadikan obyek peneliti.

- b. Bagi mahasiswa FEBI dan khususnya prodi Perbankan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai praktik strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* dan penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah*.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan manfaat bagi peneliti dikarenakan dapat menambah wawasan wawasan tentang penerapan bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan *murabahah* dan sarana untuk penerapan ilmu yang telah diperoleh pada saat di bangku perkuliahan.

### b. Bagi BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Nngadiluwih

Penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan pengalaman serta sebagai tambahan akan pentingnya cara pemasaran dalam peningkatan jumlah nasabah pada pembiayaan *murabahah* pada BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih. Serta sebagai bahan pertimbangan/masukan untuk pihak BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih dalam melakukan pemasaran untuk pembiayaan *murabahah*.

## E. Penelitian Terdahulu

Telaah pustaka yang dipergunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Esa Gracia Tiaranesia 2023 jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri yang berjudul “*Strategi Pemasaran Produk Simpel IB Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Jatim Syariah Kediri*”.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Esa Gracia Tiaranesia, “Strategi Pemasaran Produk Simpel IB Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank Jatim Syariah Kediri” (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2023).

Hasil penelitian ini yaitu bahwa strategi pemasaran produk Simpel iB di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri yaitu mulai dari pemasaran biasanya melakukan sosialisasi ke sekolah, kemudian juga melakukan pemasaran online dengan menggunakan Instagram ataupun sampai ke radio, kemudian juga melakukan pendekatan pada masyarakat, lalu mendirikan booth di *Car Free Day*, membagikan kupon hadiah barang elektronik ke sekolah. Peran strategi pemasaran produk Simpel iB di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri yaitu, bank menjadi banyak dikenal masyarakat, terjalinnya hubungan yang bagus bank dan nasabah, membangun loyalitas kepada nasabah. Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu sama-sama menjelaskan strategi pemasaran dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada produk yang diteliti dan lokasi yang diteliti.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Reza Sri Rahayu 2020 jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri yang berjudul “*Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Haji Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Syariah Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk*”.<sup>10</sup>

Hasil penelitian ini yaitu strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari 4P. Strategi bauran pemasaran perspektif manajemen syariah di Bank Muamalat 4P yaitu, aspek produk, aspek harga, aspek promosi, dan aspek tempat. Dilihat dari pandangan Islam harus tahu standar antara halal dan haram. Persamaan penelitian terdahulu

---

<sup>10</sup> Roffi'ah Lutfiatul, “Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Haji Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Syariah Di Bank Muamalat KCP Nganjuk” (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021).

dengan peneliti sama-sama membahas cara meningkatkan jumlah nasabah dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada produk dan lokasi yang diteliti.

3. Penelitian ini disusun oleh Aufran Efendi 2020 jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri berjudul “*Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada P.T Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri)*”.<sup>11</sup>

Hasil penelitian ini yaitu, meningkatkan jumlah nasabah menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P untuk mengembangkan kualitas produk tetapi perlu adanya vertifikasi produk. Strategi untuk SDM yang berkompenten tetapi jumlah karyawan masi sangat kurang. Sehingga tujuan dari strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah justru mengalami penurunan strategi yang digunkan belum cukup efektif. Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti peneliti adalah meneliti strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah. Sedangkan perbedaannya terletak pada produk, objek, dan metode yang diteliti.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Mhd Azmi Syahputra 2019 jurusan Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatra Utara berjudul “*Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Pada PT. BPRS Gebu Prima Medan*”.<sup>12</sup>

Hasil penelitian ini yaitu, meningkatkan jumlah nasabah menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P. Promosi yang dilakukan kurang maksimal dan

---

<sup>11</sup> Effendi Aufran, “Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada P.T Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri)” (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2020).

<sup>12</sup> Azmi Syahputra Mhd, “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Pada PT. BPRS Gebu Prima Medan” (Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan, 2019).

masyarakat kurang mengenal BPRS Gebu Prima Medan, solusi yang dilakukan yaitu memperbanyak dan memfokuskan pembiayaan yang kolektif, memperbarui produk pembiayaan. Persamaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian adalah sama-sama menjelaskan mengenai strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada produk, dan objek yang diteliti.

5. Penelitian ini dilakukan oleh Redo Vambudy 2018 Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Batusangkar berjudul “*Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Melalui Strategi Pemasaran Pada BPRS Miskin Pandai Sikek*”.<sup>13</sup>

Hasil penelitian terdahulu yaitu BPRS Haji Miskin Pandai Sikek dalam meningkatkan jumlah nasabah menggunakan strategi pemasaran melalui produk, harga, distribusi, promosi. Kendala yang dihadapi BPRS dalam memasarkan pembiayaan murabahah adalah biaya. Persamaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian adalah sama-sama menjelaskan mengenai strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada produk, dan objek yang diteliti.

---

<sup>13</sup> Vambudy Redo, “Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Melalui Strategi Pemasaran Pada BPRS Miskin Pandai Sikek” (Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2018).