

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN BANK WAKAF MIKRO
BERBASIS PESANTREN
(Studi Pada Pesantren Babul Maghfirah Lam Alu Cut
Kuta Baro Aceh Besar)**



Disusun Oleh:

**VADILLA YOHANA
NIM. 200603002**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M / 1446 H**

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN BANK WAKAF MIKRO BERBASIS PESANTREN (Studi Pada Pesantren Babul Maghfirah Lam Alu Cut Kuta Baro Aceh Besar)



Disusun Oleh:

**VADILLA YOHANA
NIM. 200603002**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M / 1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Vadilla Yohana

NIM : 200603002

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 24 April 2025

g Menyatakan



(Vadilla Yohana)

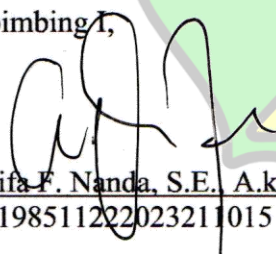
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN BANK WAKAF MIKRO
BERBASIS PESANTREN
(Studi Pada Pesantren Babul Maghfirah Lam Alu Cut
Kuta Baro Aceh Besar)

Disusun Oleh:

Vadilla Yohana
NIM: 200603002

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah
memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

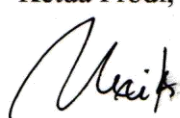
Pembimbing I,


T. Syifa F. Nanda, S.E., A.k., M. Acc
NIP. 198511222023211015

Pembimbing II,


Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA.
NIP.199009052019032019

Mengetahui,
Ketua Prodi,


Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

JL. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax, 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id.

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Vadilla Yohana
NIM : 200603002
Fakultas/Program/Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
E-mail : @student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti, Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir

☐ KKU

☒ Skripsi

Yang berjudul: **"Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sabang"** serta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak beban Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, mempublikasikannya di internet atau media lain. Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 24 April 2025

Mengetahui,

Penulis

Vadilla Yohana
200603002

Pembimbing I

T. Syifa F. Nanda, S.E., A.k., M. Acc.
NIP. 198511222023211015

Pembimbing II

Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA
NIP.199009052019032019

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Strategi Pemasaran Pembiayaan Bank Wakaf Mikro Berbasis Pesantren (Studi pada Pesantren Babul Maghfirah Aceh Besar)”**. Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banya memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafizh Maulana, SP., S.H.I., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. T. Syifa Fadrizha Nanda, S.E.,M.Acc.,Ak dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, Selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan

waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh dosen civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Kepada pihak Pesantren Babul Maghfirah Aceh Besar yang telah mendukung, membantu penulis dan bersama penulis dari awal pembuatan skripsi hingga akhir penelitian penulis.
7. Terima Kasih penulis ucapkan Kepada Ayahanda Jailani dan Ibunda zubaidah yang selalu memberikan doa, nasehat serta dorongan moral maupun materil yang tak terhingga sehingga penulis mampu menyelesaikan studi hingga pada tahap akhir.
8. Kepada ketiga saudara saya, Lia zulfiani, A.Md.Kom, Nova fitriani, S.H, dan adik saya lola indriani, A.Md.kep, terima kasih yang senantiasa memberikan semangat hingga akhir dan selalu memberi support dari berbagai sisi dan keadaan.
9. Kepada sahabat saya Maghfirah, Putri Humaira, Rekhan Fazira, Dara ulfa, S.E, dan Dian Maisarah, S.E, selaku sahabat penulis yang senantiasa menemani penulis dalam keadaan sulit dan senang, memberikan dukungan serta motivasi, dan memberikan doa setiap langkah yang penulis lalui sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
10. Kepada patner penulis Mursalin yang senantiasa mendengarkan keluhan kesah penulis, memberi dukungan, motivasi, pengingat, dan menemani penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengatur waktu, tenaga, pikiran, serta mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi

ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal‘alamin.

Banda Aceh, 24 April 2025
Penulis,

(Vadilla Yohana)



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor:158 Tahun1987 –Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌ِ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
◌َ ا	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
◌ِ و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*

طَلْحَةُ : *al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

- a. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

- b. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Vadilla Yohana
NIM : 200603002
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Pembiayaan Bank Wakaf Mikro
Berbasis Pesantren (Studi Pada Pesantren Babul
Maghfirah Aceh Besar).
Pembimbing I : T. Syifa F. Nanda, S.E., A.k., M. Acc
Pembimbing II : Ana Fitria, S.E., M.Sc

Bank Wakaf Mikro (BWM) mulai beroperasi sejak 2019 dan masih aktif melayani masyarakat sekitar Pesantren Babul Maghfirah. Lembaga ini hadir untuk memberikan akses pembiayaan kepada masyarakat kecil yang belum terlayani oleh lembaga keuangan formal. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran BWM berbasis komunitas dan menjadikan pesantren sebagai pusat kepercayaan. Promosi dilakukan melalui tokoh agama, media sosial seperti WhatsApp, serta forum keagamaan untuk membangun kedekatan emosional. Strategi ini cukup efektif dalam meningkatkan kepercayaan dan memperluas pembiayaan, meskipun masih terkendala oleh keterbatasan tenaga pemasaran, sulitnya menjangkau wilayah terpencil, dan rendahnya literasi keuangan syariah. Oleh karena itu, diperlukan edukasi berkelanjutan agar strategi pemasaran dapat lebih optimal.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Pembiayaan, Bank Wakaf Mikro Berbasis Pesantren.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Strategi Pemasaran.....	7
2.1.1 Definisi Strategi	7
2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran	7
2.1.3 Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	9
2.1.4 Konsep Strategi Pemasaran.....	11
2.1.5 Bauran Pemasaran	14
2.1.6 Indikator Strategi Pemasaran	17
2.2 Konsep Pemasaran Dalam Islam.....	21
2.3 Pembiayaan.....	23
2.3.1 Tujuan Pembiayaan	24
2.3.2 Unsur-unsur Pembiayaan	25
2.4 Penelitian Terdahulu	27
2.5 Kerangka Berpikir.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	34
3.3 Subjek dan Objek Data.....	35
3.4 Metode Analisis Data.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
4.1.1 Sejarah Umum Bank Wakaf Mikro Babul Maghfirah di Lam Alu Cut	38
4.1.2 Struktur Organisasi Bank Wakaf Mikro Babul Maghfirah di Lam Alu Cut	40
4.1.3 Produk Bank Wakaf Mikro Babul Maghfirah di Lam Alu Cut.....	41
4.2 Hasil Penelitian	41
4.2.1 Strategi Pemasaran Bank Wakaf Mikro di Pesantren Babul Maghfirah Aceh Besar.....	42
4.2.1.1 Pendekatan Kekeluargaan dan Emosional	42
4.2.1.2 Sosialisasi dalam Kegiatan Keagamaan.....	43
4.2.1.3 Mengandalkan Kepercayaan Masyarakat pada Pesantren.....	43
4.2.1.4 Pendekatan Door to Door	45
4.2.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Efektivitas Strategi Pemasaran Pembiayaan Bank Wakaf Mikro Di Lingkungan Pesantren Bank Wakaf Mikro di Pesantren Babul Maghfirah Aceh Besar.....	61
4.3 Pembahasan.....	65
4.3.1 Strategi Pemasaran Bank Wakaf Mikro di Pesantren Babul Maghfirah Aceh Besar.....	65
4.3.1.1 Pendekatan Kekeluargaan dan Emosional	65
4.3.1.2 Sosialisasi dalam Kegiatan Keagamaan.....	66
4.3.1.3 Kepercayaan Masyarakat terhadap Pesantren.....	66
4.3.1.4 Pendekatan Door to Door	67
4.3.1.4.1 Strategi <i>Product</i> (Produk).....	70
4.3.1.4.2 Strategi <i>Price</i> (Harga/Margin).....	72
4.3.1.4.3 Strategi <i>Promotion</i> (Promosi).....	74
4.3.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Efektivitas Strategi Pemasaran Pembiayaan Bank Wakaf Mikro di Lingkungan Pesantren Bank Wakaf Mikro di Pesantren Babul Maghfirah Aceh Besar.....	78
4.3.2.1 Faktor Pendukung & Penghambat Strategi <i>Product</i> (Produk)	81
4.3.2.2 Faktor Pendukung & Penghambat <i>Price</i> (Harga) ..	81
4.3.2.3 Faktor Pendukung & Penghambat <i>Place</i> (Distribusi/Lokasi)	82
4.3.2.4 Faktor Pendukung & Penghambat <i>Promotion</i> (Promosi)	82

4.3.2.5 Faktor Pendukung & Penghambat <i>People</i> (Sumber Daya Manusia/Petugas)	83
4.3.2.6 Faktor Pendukung & Penghambat <i>Process</i> (Proses)	84
4.3.2.7 Faktor Pendukung & Penghambat <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	84
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1: Kerangka Berpikir.....	26
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Bank Wakaf Mikro Babul Maghfirah, 2025 ...	31



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Ringkasan Penelitian Terkait	24
Tabel 3.1 : Informan Penelitian.....	28
Tabel 3.1 : Informan Penelitian.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman	
Lampiran 1 : Pedoman Wawancara	74
Lampiran 2 : Dokumentasi.....	80



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bank Wakaf Mikro (BWM) telah aktif beroperasi sejak tahun 2019 dan hingga kini tetap eksis sebagai lembaga keuangan mikro yang berada dalam lingkungan pesantren, seperti di Pesantren Babul Maghfirah. Keberadaan BWM tidak hanya terbatas pada penyediaan akses pembiayaan, tetapi juga turut berperan dalam memberikan pelatihan dan edukasi terkait keuangan guna mendorong pertumbuhan usaha masyarakat sekitar pesantren. Lembaga ini didirikan atas izin Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan ditujukan untuk menjembatani akses permodalan bagi masyarakat kecil yang belum terjangkau oleh lembaga keuangan formal seperti Bank Syariah Indonesia, Pegadaian, dan koperasi simpan pinjam. Menurut Pratama dan Edi (2024), BWM tidak hanya berfungsi sebagai penyedia pembiayaan, tetapi juga menjadi salah satu alternatif dalam penguatan ekonomi nasional. Keunggulan utama BWM terletak pada kemudahan akses, partisipasi langsung dari nasabah, serta efektivitasnya dalam menjangkau pembiayaan skala mikro dan kecil. Melalui skema akad qardh, pembiayaan diberikan tanpa bunga dan dikembalikan sesuai kesepakatan waktu yang disetujui, dengan tujuan utama mendorong kesejahteraan pelaku UMKM serta menekan kesenjangan sosial dan angka kemiskinan (Anastasia & Oktafia, 2024).

Pesantren, di sisi lain, tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan agama, tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang signifikan dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan. Salah satu tantangan utama masyarakat di sekitar pesantren adalah keterbatasan modal usaha. Oleh karena itu, pemerintah hadir melalui program pemberdayaan ekonomi berbasis pesantren dengan mendirikan BWM. Hasibuan (2024) menegaskan bahwa keberadaan BWM di lingkungan pesantren bertujuan memperluas kontribusi pesantren dalam

pembangunan ekonomi masyarakat serta menyediakan fasilitas pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat kecil. Dalam pelaksanaannya, BWM juga menjalin kolaborasi erat dengan pesantren induk sebagai bagian dari strategi pemberdayaan melalui program pendampingan terstruktur, salah satunya Halaqah Mingguan (Halmi), yakni forum rutin yang mempertemukan nasabah, pengelola BWM, dan pendamping usaha. Melalui kegiatan ini, nasabah diberikan edukasi tentang manajemen keuangan, nilai-nilai syariah dalam berbisnis, serta penguatan spiritual (Pratama & Edi, 2024).

Pemberdayaan berbasis komunitas yang dilakukan oleh BWM bertujuan untuk meningkatkan kemandirian masyarakat dalam menghadapi tantangan ekonomi dan sosial. Pamungkas (2024) menjelaskan bahwa pemberdayaan ini mencakup penguatan kapasitas individu melalui peningkatan keterampilan, pengetahuan, serta partisipasi aktif dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Sejak pertama kali berdiri pada 2 Agustus 2019, BWM Babul Maghfirah telah menyalurkan pembiayaan sebesar Rp739,7 juta kepada 437 nasabah untuk berbagai usaha produktif. Keberadaan BWM tidak hanya memperluas akses terhadap layanan keuangan syariah, tetapi juga mempercepat pemulihan ekonomi masyarakat dan turut meningkatkan literasi keuangan berbasis syariah.

Dalam strategi pemasaran, pendekatan yang diterapkan BWM mengacu pada prinsip-prinsip syariah yang menekankan kejujuran, keadilan, dan keterbukaan dalam transaksi. Pratama dan Edi (2024) menyatakan bahwa pemasaran syariah mencakup proses penciptaan serta pertukaran nilai dengan tetap berlandaskan prinsip muamalah. Strategi pemasaran BWM tidak hanya bertumpu pada penyediaan produk pembiayaan, namun juga memperhatikan aspek pendampingan usaha secara intensif. Hal ini dilakukan untuk menarik minat calon nasabah dan menjamin kesinambungan usaha mereka. Dalam proses pemberdayaan, BWM menerapkan tiga prinsip utama, yaitu menciptakan lingkungan yang mendukung pemberdayaan mandiri, memperkuat potensi nasabah melalui akses informasi dan

peluang usaha, serta memberikan perlindungan melalui pendampingan berkelanjutan seperti Program PWK dan Halmi. Pendekatan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran BWM tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga integratif dengan pembinaan spiritual dan ekonomi.

BWM menerapkan konsep bauran pemasaran yang mencakup tujuh elemen utama: produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik. Menurut Pamungkas (2024), setiap elemen dalam bauran ini harus diselaraskan dengan nilai-nilai syariah. Produk yang ditawarkan harus sesuai syariat, harga yang dikenakan harus adil dan transparan, proses distribusi tidak boleh memberatkan konsumen, serta promosi harus dilakukan tanpa penipuan atau manipulasi. Pelaku pemasaran syariah juga dituntut untuk memiliki integritas tinggi, bersikap jujur, dan menghindari paksaan. Selain itu, proses transaksi harus jelas dan terbuka, sedangkan bukti fisik mencerminkan kepercayaan dan kredibilitas layanan yang diberikan. Semua elemen ini berperan penting dalam menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan sesuai nilai-nilai Islam, terutama dalam pemberdayaan ekonomi berbasis pesantren.

Penelitian ini di dukung oleh penelitian relevan yang dilakukan Dini (2024) dalam skripsinya menganalisis strategi pengelolaan dan inovasi Bank Wakaf Mikro di Pesantren Minhadrul'ulum, Lampung, menunjukkan bahwa digitalisasi (seperti pembuatan konten edukasi online dan pelatihan virtual) telah diadopsi secara terbatas dan lebih dominan pada proses operasional ketimbang strategi pemasaran yang menyeluruh. Penelitain Masykur (2025) melakukan tinjauan literatur menyeluruh tentang pengembangan keterampilan usaha melalui lembaga pesantren dan Bank Wakaf Mikro, namun penelitian tersebut bersifat konseptual dan belum menguji peran pesantren sebagai “trusted endorsement” secara empiris. Selanjutnya penelitian Muar (2025) menyoroti pentingnya pendekatan personal, kolaborasi komunitas, dan pemanfaatan media digital di Bank Wakaf Mikro Syariah An-Nur II untuk meningkatkan awareness dan minat masyarakat.

Keberadaan BWM sebagai lembaga keuangan mikro berbasis syariah memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga mengedepankan pemberdayaan dan edukasi keuangan syariah, BWM diharapkan mampu menjadi solusi bagi masyarakat kecil dalam mengakses pembiayaan yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Bank Wakaf Mikro berbasis pesantren hadir sebagai solusi pembiayaan bagi masyarakat dengan akses terbatas ke perbankan formal. Namun, efektivitas strategi pemasarannya masih menjadi tantangan, terutama dalam meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan. Di Pesantren Babul Maghfirah Aceh Besar, rendahnya literasi keuangan, keterbatasan jangkauan promosi, serta persaingan dengan lembaga keuangan lain dapat menghambat optimalisasi penyaluran pembiayaan. Selain itu, kurangnya inovasi dalam strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik komunitas pesantren dapat berpotensi memengaruhi minat calon nasabah untuk memanfaatkan fasilitas pembiayaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah di uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tugas akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Pembiayaan Bank Wakaf Mikro Berbasis Pesantren (Studi Pada Pesantren Babul Maghfirah di Lam Alu Cut Kuta Baro Aceh Besar)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Wakaf Mikro berbasis pesantren di Pesantren Babul Maghfirah Aceh Besar?
2. Apa saja faktor yang mendukung dan menghambat efektivitas strategi pemasaran pembiayaan Bank Wakaf Mikro di lingkungan pesantren?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Wakaf Mikro berbasis pesantren di Pesantren Babul Maghfirah Aceh Besar.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi pemasaran pembiayaan Bank Wakaf Mikro di lingkungan pesantren.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks pemasaran jasa keuangan berbasis pesantren. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran lembaga keuangan mikro berbasis syariah.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak Bank Wakaf Mikro dalam menyusun dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan penyaluran pembiayaan di lingkungan pesantren. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi pedoman bagi pesantren lain yang ingin mengoptimalkan peran Bank Wakaf Mikro dalam mendukung perekonomian santri dan masyarakat sekitar.

1.5. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan ini skripsi ini terbagi menjadi lima bab, pada kelima bab tersebut didalamnya terdapat sub bab. Secara garis besar berikut ini pembahasannya :

Bab I Pendahuluan

Bab yang pertama berisikan latar belakang mengenai permasalahannya yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian, rumusan masalah yang berisi permasalahan yang timbul dalam penelitian tersebut, selanjutnya tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisikan penjelasan mengenai teori tentang strategi pemasaran yang diambil dari beberapa kutipan seperti buku, jurnal, yang mengenai definisi, penelitian terdahulu yang dapat dijadikan telaah pustaka, dan kerangka penelitian yang berisi arah dari penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini merupakan tentang desain penelitian, Lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknis analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan menjelaskan tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan Bank Wakaf Mikro Berbasis Pesantren di Pesantren Babul Maghfirah Aceh Besar.

Bab V Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.