

**PROMOSI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN SYARIAH DI  
BMT SURYA MANDIRI MLARAK PONOROGO DITINJAU DARI  
ETIKA BISNIS ISLAM DAN UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG  
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**SKRIPSI**



Oleh:

**KHOTIMATUL AZIZAH**  
**NIM 210213183**

**JURUSAN MUAMALAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO  
2017**

**PROMOSI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN SYARIAH DI  
BMT SURYA MANDIRI MLARAK PONOROGO DITINJAU DARI  
ETIKA BISNIS ISLAM DAN UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG  
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Pada Fakultas Syariah  
Institute Agama Islam Negeri Ponorogo



Oleh:

**KHOTIMATUL AZIZAH**  
NIM 210213183

Pembimbing:

**Dr. Saifullah, M. Ag.**  
NIP 196208121993031001

**JURUSAN MUAMALAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**

**2017**



**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PONOROGO**

**PENGESAHAN**

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Khotimatul Azizah  
NIM : 210213183  
Jurusan : Muamalah  
Judul : Promosi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 12 Oktober 2017

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syari'ah pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 02 November 2017

Tim Penguji:

1. **Ketua Sidang** : Dr. Muh. Mukhlas, M. Pd.
2. **Penguji** : Khusniati Rofiah, MSI.
3. **Sekretaris** : Dr. Saifullah, M. Ag.

Ponorogo, 09 November 2017  
Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Syari'ah  
  
**Dr. H. Moh. Munir, Lc., M. Ag.**  
NIP. 196807051999031001

## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢١﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Surya Cipta AKsara, 1993), 122.

## ABSTRAK

**Azizah, Khotimatul.** Promosi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Dan UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. **Skripsi.** Fakultas Syari'ah Jurusan Muamalah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing **Dr. Saifullah., M.Ag.**

### **Kata Kunci: Promosi Pembiayaan Syariah, Etika Bisnis Islam, UUPK**

Islam mengajak untuk mengatur muamalah diantara manusia atas dasar amanat, jujur, dan memenuhi janji. Islam juga melarang terjadinya pengingkaran dan pelanggaran-pelanggaran, larangan-larangan dan menganjurkan untuk memenuhi janji atau amanat terutama dalam hal promosi. Namun, di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo dalam melakukan promosi produk pembiayaan syariah dilakukan dengan cara menjelek-jelekkan lembaga keuangan lain dan menutup-nutupi informasi tentang produk dari konsumen. sehingga konsumen merasakan kekecewaan atas perlakuan pihak BMT Surya Mandiri yang tidak sesuai dengan promosi yang dilakukannya.

Untuk itu peneliti, berkeinginan menelitinya dengan merumuskan masalah sebagai berikut: 1) Bagaimana praktik promosi pemasaran pembiayaan syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo dalam perspektif etika bisnis Islam dan Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen? 2) Bagaimana konsekuensi promosi terhadap praktek pembiayaan syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo dalam perspektif etika bisnis Islam dan Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian lapangan dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Secara teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah metode deduktif.

Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Praktek promosi pemasaran di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo telah melanggar prinsip etika bisnis Islam tentang sikap tidak suka menjelek-jelekkan (*Ghibah*) dan prinsip tidak suka berburuk sangka kepada lembaga lain dan melanggar Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada Bab IV Pasal 9 dalam huruf I tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang melanggar pelaku usaha merendahkan jasa/produk lain dalam melakukan promosi. Sedangkan Konsekuensi promosi terhadap Praktik pembiayaan syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo tidak sesuai dengan etika bisnis Islam tentang prinsip jujur dan terpercaya (Amanah), dan melanggar Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen bab II bagian pertama tentang hak dan kewajiban konsumen, dalam Pasal 4 dalam huruf c dan g yang menutup-nutupi informasi tentang pembiayaan syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji bagi Allah Tuhan seru sekalian alam, atas limpahan rahmat, taufik dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Promosi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Syariah Di Bmt Surya Mandiri Mlarak Ponorogo Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Dan Uu No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ”**.

Adapun maksud penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Hukum. Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, dan masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berusaha menyelesaikannya sebaik mungkin.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menghadapi kendala dan masalah, akan tetapi atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Di kesempatan ini penulis mengucapkan terima kepada semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, antara lain:

1. Dr. Hj. Siti Maryam Yusuf, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
2. Dr. H. Moh. Munir, Lc. M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syari'ah IAIN Ponorogo.
3. Atik Abidah, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Muamalah Fakultas Syari'ah IAIN Ponorogo.

4. Dr. Saifullah, M. Ag. selaku Dosen Pembimbing dalam pembuatan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan staf IAIN Ponorogo yang telah memberi bekal ilmu yang banyak dan telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan studi.
6. Drs. Muh. Fuady, M.Ag, selaku Direktur Utama BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo beserta seluruh karyawan BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo, telah membantu atas lancarnya karya skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semuanya.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Dan selanjutnya penulis mohon kritik dan saran untuk perbaikan skripsi ini agar lebih baik dan sempurna.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb.***

Ponorogo, 27 September 2017  
Penulis

Khotimatul Azizah  
NIM. 210213183

## PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Dalam skripsi ini, penulis menggunakan transliterasi sebagai berikut:

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	A	ط	Ṭ
ب	B	ظ	Ẓ
ت	T	ع	‘
ث	Th	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	Ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dh	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sh	ء	□
ص	Ṣ	ي	Y
ض	Ḍ		

2. Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang caranya dengan menuliskan coretan horisontal di atas huruf ā, ī dan ū.



3. Bunyi hidup double (diftong) Arab di transliterasikan dengan menggabungkan dua huruf “ay” dan “aw”.

Contoh:

*Bayna, ‘alayhim, qawl, mawdū ‘ah.*

4. Kata yang ditransliterasikan dan kata-kata dalam bahasa asing yang belum terserap menjadi bahasa baku Indonesia harus dicetak miring.
5. Bunyi huruf hidup akhir sebuah kata tidak dinyatakan dalam transliterasi. Transliterasi hanya berlaku pada huruf konsonan akhir.

Contoh:

**Ibn** Taymiyah bukan **Ibnu** Taymiyah, *Inna **al-dīn** ‘inda Allah al-Islām* bukan *Inna **al-dīna** ‘inda Allāhi al-Islamu, Fahuwa **wājib*** bukan *Fahuwa **wājibu*** atau *Fahuwa **wājibun**.*

6. Kata yang berakhir dengan *ta’marbutah* dan berkedudukan sebagai sifat (*na’at*) dan *idafah* ditransliterasikan dengan “ah” sedangkan *muḍaf* ditransliterasikan dengan “at”.

Contoh:

a. *Na’at* dan *Muḍāf ‘ilayh* : *Sunnah sayyi’ah, al-maktabah al-miṣriyah.*

b. *Muḍāf* : *Maṭba‘at al-‘āmmah.*

7. Kata yang berakhir dengan *ya’* mushadhdhadhah (*ya’* bertashdid) ditransliterasikan dengan **ī**. Jika **ī** diikuti oleh *ta’ marbutah*, maka transliterasinya adalah **īyah**. Jika *ya’* bertashdid berada di tengah kata ditransliterasikan dengan **yy**.

Contoh:

1. Al-Ghazālī, Al-Nawāwī.
2. Ibn Taymīyah, Al-Jawzīyah.
3. Sayyid, Muāyyid, muqayyid

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Kajian Pustaka .....	9
F. Metode Penelitian .....	11
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	11
2. Kehadiran Peneliti .....	12
3. Lokasi Penelitian.....	13
4. Data dan Sumber Data .....	13
5. Teknik Pengumpulan Data.....	14
a. Wawancara.....	14
b. Observasi .....	15
c. Dokumentasi .....	15
6. Analisis Data.....	16
7. Pengecekan Keabsahan Data .....	16
G. Sistematika Pembahasan.....	17

BAB II: ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PROMOSI PEMASARAN DAN  
UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN 1999 TENTANG  
PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Etika Bisnis Islam Dalam Promosi Pemasaran .....	19
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	19
2. Promosi Pemasaran Dalam Islam .....	21
3. Karakteristik Pemasaran Dalam Islam.....	25
4. Etika Pelaku Bisnis Dalam Promosi Pemasaran .....	31
B. UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Pemasaran.....	38
1. Peran Pelaku Usaha Dalam Promosi Pemasaran .....	38
2. Tujuan Perlindungan Konsumen .....	40
3. Hak Bagi Konsumen.....	41
4. Kewajiban Bagi Pelaku Usaha.....	42
5. Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha .....	43
6. Sanksi Pidana.....	44

BAB III: PRAKTIK PROMOSI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN  
SYARIAH DI BMT SURYA MANDIRI MLARAK PONOROGO

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	45
1. Sejarah Berdirinya BMT Surya Mandiri.....	45
2. Visi Misi dan Tujuan BMT Surya Mandiri .....	47
3. Lokasi BMT Surya Mandiri Ponorogo .....	48
4. Struktur Organisasi BMT Surya Mandiri Ponorogo .....	49
5. Produk-produk BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo .....	50
B. Praktik Promosi Pemasaran Produk Pembiayaan Syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo.....	53
C. Konsekuensi Promosi Terhadap Praktek Pembiayaan Syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo.....	65

BAB IV: ANALISIS PROMOSI PEMASARAN PADA PRODUK  
PEMBIAYAAN SYARIAH DI BMT SURYA MANDIRI MLARAK  
PONOROGO

- A. Analisis Praktik Promosi Pemasaran Pembiayaan Syariah di  
BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo Dalam Perspektif Etika  
Bisnis Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang  
Perlindungan Konsumen..... 70 .
- B. Analisis Konsekuensi Promosi Terhadap Praktik Pembiayaan  
Syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo dalam  
Perspektif Etika Bisnis Islam dan Undang-undang No 8 Tahun  
1999 Tentang Perlindungan Konsumen..... 76

BAB V: PENUTUP

- A. Kesimpulan..... 81
- B. Saran-saran..... 82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN