

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DI BMT  
PAHLAWAN TULUNGAGUNG**

**S K R I P S I**



**Oleh**

**ANDIK KHOIRUL ANAM  
NIM : 3223113008**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN TULUNGAGUNG  
2015**

# **IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DI BMT PAHLAWAN TULUNGAGUNG**

**S K R I P S I**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negri Tungagung  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Strata Satu Sarjana Perbankan Syariah (S.E,Sy)



**O l e h**

**ANDIK KHOIRUL ANAM**  
**NIM : 3223113008**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN TULUNGAGUNG  
2015**

## LEMBAR PERSETUJUAN

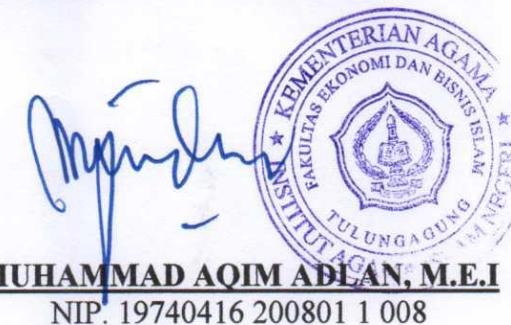
Skripsi dengan judul "Implementasi Strategi Pemasaran Di BMT Pahlawan Tulungagung" yang ditulis oleh Andik Khoirul Anam NIM. 3223113008 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan.

Tulungagung, 02 Juni 2015  
Pembimbing,



**Drs. H. MASHUDI, M.,Pd.I**  
NIP. 196901312 00112 1 003

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Implementasi Strategi Pemasaran Di BMT Pahlawan Tulungagung" yang ditulis oleh Andik Khoirul Anam Nim : 3223113008 ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 29 juli 2015 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy.)

### Dewan Pengaji

#### 1. Ketua/ Pengaji:

**MUHAMMAD AQIM ADLAN, M.E.I**  
NIP. 19740416 200801 1 008

### Tanda Tangan

  
( ..... )

#### 2. Pengaji Utama:

**QOMARUL HUDA, M.Ag.**  
NIP. 19730414 200312 1 003

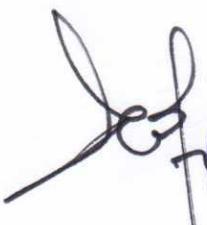
  
( ..... )

#### 3. Sekretaris/ Pengaji:

**Drs. H. MASHUDI, M.,Pd.I**  
NIP. 196901312 00112 1 003

  
( ..... )

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
IAIN Tulungagung

  
**H. DEDE NUROHMAN, M.A.**  
NIP 19711218 200212 1 003



## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِاْلْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ  
ثَرَاضِ مِنْكُمْ  
وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta kamu di antara kamu dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh diri kamu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang Kepadamu.”  
(Surat An-Nisa’ ayat 29)

## **PERSEMBAHAN**

*Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rakhmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran untuk ku dalam mengerjakan skripsi ini.*

*Aku persembahkan cinta dan sayangku serta skripsiku kepada Orang tua ku, Bapak Mujito dan Ibu Enik Sayidah, Doa dan harapkanku semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Hidayah Nya kepada mereka. Amien Istriku tercinta Evi Oktavi Kumalasari dan anakku Muhamad Daffa Ibnu Hafiiids. yang telah menjadi motivasi dan inspirasi dan tiada henti memberikan dukungan do'anya buat aku. "keluarga kecil yang senantiasa memberi harapan dan semangat kepadaku."*

*Terimakasih yang tak terhingga buat dosen-dosen ku, terutama pembimbingku yang tak pernah lelah dan sabar memberikan bimbingan dan arahan kepada ku.*

*Terimakasihku juga ku persembahkan kepada para sahabat – sahabatku, Nizar, Asror, Zamah, Rofik, Agus, Deni, Dicky, Bisri dan teman- teman PS A angkatan 2011, yang senantiasa menjadi penyemangat dan menemani disetiap hariku. "Sahabat merupakan salah satu sumber kebahagiaan dikala kita merasa tidak bahagia."*

*Teruntuk teman-teman angkatanku yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terimakasih banyak. "Tiada hari yang indah tanpa kalian semua"*

*Aku belajar, sabar, rendah hati, mengalah aku berhasil. Terimakasih untuk Semua ^\_^*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas segala karunianya sehingga laporan penelitian ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. dan umatnya.

Sehubungan dengan selesainya penulisan skripsi ini maka penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Maftukhin, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Bapak H. Dede Nurrohman, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
3. Bapak M. Aqim Adlan, M.E.I, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
4. Bapak Jusuf Bachtiar, S.S., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
5. Bapak Drs. H. Mashudi, M.Pd.I, sebagai pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian dapat terselesaikan.
6. Bapak H. Nyadin, MAP, selaku Manager Kantor Pusat BMT Pahalawan Tulungagung yang telah memberikan ijin melaksanakan penelitian.
7. Ibu Lilia Isrotin, SE, selaku narasumber telah memberikan informasi terkait penelitian ini.

8. Segenap Bapak/Ibu Dosen IAIN Tulungagung yang telah membimbing dan memberikan wawasannya sehingga studi ini dapat terselesaikan.
9. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan laporan penelitian ini.

Dengan penuh harap semoga jasa kebaikan mereka diterima Alloh SWT, dan tercatat sebagai amal shalih. Akhirnya, karya ini penulis suguhkan kepada segenap pembaca, dengan harapan adanya saran dan kritik yang bersifat konstruktif demi perbaikan. Semoga karya ini bermanfaat dan mendapat ridho Allah SWT.

Tulungagung, 02 Juni 2015  
Penulis

Andik Khoirul Anam

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Batasan Penelitian .....	7
E. Manfaat Hasil Penelitian .....	7
F. Definisi Istilah .....	8
G. Sistematika Skripsi.....	10

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A.	Pengertian Strategi .....	12
B.	Pengertian Pemasaran .....	13
C.	Strategi Pemasaran .....	16
D.	Tujuan Pemasaran .....	19
E.	Strategi pemasaran produk BMT .....	20
F.	Bauran pemasaran.....	21
G.	Pengertian Nasabah.....	31
H.	Baitul mall wa tamwil (BMT) .....	32
1.	Pengertian BMT .....	32
2.	Landasan Hukum BMT .....	34
3.	Organisasi BMT .....	34
4.	Mekanisme Operasional.....	38
5.	Dewan Pengurus.....	38
6.	Dewan Pengawas Syariah .....	40
7.	Dewan Pengawas Manajemen.....	40
8.	Pengelola .....	41
I.	Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	46

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	48
B.	Lokasi Penelitian.....	50
C.	Kehadiran Peneliti.....	51

D. Data Dan Sumber Data .....	51
E. Teknik Pengumpulan Data.....	53
F. Teknis Analisis Data.....	56
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	57

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Paparan Data Penelitian .....	60
1. Sejarah BMT Pahlawan Tulungagung .....	60
2. Data Penelitian.....	63
3. Lokasi Penelitian.....	63
4. Visi dan Misi.....	63
5. Bidang Usaha BMT Pahlawan Tulungagung .....	63
6. Struktur Organisasi BMT Pahlawan Tulungagung.....	70
7. Susunan Pengelola BMT Pahlawan Tulungagung .....	71
B. Temuan Penelitian .....	76
C. Pembahasan .....	81
1. Strategi Pemasaran Dalam Upaya Mendapatkan Nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung.....	81
2. Upaya Mendapatkan Nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung .....	86

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	90
B. Saran .....	91

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

- |   |    |
|---|----|
| 1. Tabel 4.1 Jumlah nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan..... | 61 |
| 2. Tabel 4.2 Jumlah nasabah penabung di BMT Pahlawan .....  | 64 |

## **DAFTAR GAMBAR**

1. 2.1 Bagan struktur organisasi BMT .....	36
2. 4.1 Grafik pembiayaan BMT Pahlawan Tulungagung tahun 2012- 2013 .....	66
3. 4.1 Bagan struktur organisasi BMT Pahlawan Tulungagung .....	51
4. 4.2 Grafik penabung BMT Pahlawan Tulungagung tahun 2012- 2013 .....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Pedoman wawancara
- Lampiran 2 : Data Jumlah nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan 2012- 2014
- Lampiran 3 : Data Jumlah nasabah penabung di BMT Pahlawan 2012- 2014
- Lampiran 4 : Grafik pembiayaan BMT Pahlawan Tulungagung tahun 2012-2014
- Lampiran 5 : Grafik penabung BMT Pahlawan Tulungagung tahun 2012- 2014
- Lampiran 6 : Struktur Organisasi BMT Pahlawan Tulungagung
- Lampiran 7 : Bukti Konsultasi Bimbingan Skripsi
- Lampiran 8 : Surat penelitian
- Lampiran 9 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan / Skripsi
- Lampiran 10 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 11 : Dokumentasi

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul "*Implementasi Strategi Pemasaran Di Bmt Pahlawan Tulungagung*" ini ditulis oleh Andik Khoirul Anam, 3223113008, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dibimbing Drs. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh situasi perkembangan perbankan saat ini yang sangat pesat. BMT Pahlawan Tulungagung merupakan BMT yang mempunyai aset terbesar di Tulungagung, maka peneliti penasaran akan strategi pemasaran yang digunakan untuk mendapatkan nasabah. Pemasaran memiliki cakupan kegiatan yang luas dari itu. Pemasaran meliputi perumusan jenis produk, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang seharusnya ditetapkan terhadap produk tersebut yang cocok dengan kondisi konsumenya.

Dalam penelitian ini Fokus Penelitian yang akan dibahas adalah sebagai berikut. Bagaimana diskripsi strategi pemasaran untuk mendapatkan nasabah BMT Pahlawan Tulungagung ?, Bagaimana diskripsi upaya pemasaran untuk mendapatkan nasabah BMT Pahlawan Tulungagung ?. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian Untuk mengetahui diskripsi strategi pemasaran untuk mendapatkan nasabah BMT Pahlawan Tulungagung, Untuk mengetahui diskripsi upaya pemasaran untuk mendapatkan nasabah BMT Pahlawan Tulungagung

Penelitian ini dilaksanakan di BMT Pahlawan Tulungagung pada tahun 2015. Adapun sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah Sumber Data Primer berupa wawancara, pengamatan dan penjabaran dalam bentuk angka maupun tulisan sedangkan Sumber Data Sekunder, Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini Metode Observasi, Metode Wawancara (*Interview*), Metode Dokumentasi. Teknis Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Strategi Pemasaran BMT Pahlawan Tulungagung dalam mencari nasabah yang di pakai yaitu: melalui pendekatan pada nasabah, melalui promosi, perencanaan produk. Ketiga strategi ini sangatlah penting bagi kelangsungan kinerja BMT Pahlawan Tulungagung dalam mencari nasabah karena untuk memprioritaskan hubungan kepada nasabah dengan ikatan personal, keterampilan para personil yang ada dalam perusahaan, kekompakan atau suatu tim yang tangguh dari personil yang ada dalam perusahaan tersebut, khususnya dalam menghadapi para pelanggan sehingga membawa kesan tersendiri yang meyakinkan pelanggan.Faktor pendukung strategi pemasaran BMT Pahlawan Tulungagung meliputi : pelayanan prima terhadap nasabah, lokasi yang mudah dijangkau, peningkatan SDM dan mempunyai daya saing terhadap lembaga lain. Sementara itu saran dalam penelitian ini disampaikan kepada BMT Pahlawan Tulungagung dan untuk peneliti lain yang dimaksudkan akan berguna dalam rangka peningkatan isi dari skripsi ini.

**Kata Kunci :** *Strategi Pemasaran, Nasabah*

## **ABSTRACT**

Thesis with the title "*Implementation Marketing Strategy in BMT Pahlawan Tulungagung*" was written by Andik Khoirul Anam, 3223113008, Faculty of Economics and Business Islam, Islamic Banking Department, State Islamic Institute Tulungagung guided Drs. H.Mashudi, M.Pd.I.

The background of this research is the development of the current banking situation very rapidly. BMT Pahlawan Tulungagung is the BMT which has the largest asset in Tulungagung, that is why the researchers curious about marketing strategy used to get customers. Marketing has a wide range of activities from it. Marketing includes the formulation of products, how to distribute these products to consumers, how high the price should be set for these products are suited to the customers condition.

In this study the focus of research that will be discussed are as follows. How is the description of marketing strategies to get customers BMT Pahlawan Tulungagung ?. How is the description of marketing efforts to get customers BMT Pahalawan Tulungagung ?. While the goal that want to be achieved in the study are to determine the description of marketing strategies to get customers BMT Pahlawan Tulungagung and to view the description of marketing efforts to get customers BMT Pahlawan Tulungagung.

This research was conducted in at BMT Pahlawan Tulungagung in 2015. The source of data used in this study is the Primary Data Sources such as interviews, observation and elaboration in the form of figures and written while the Secondary Data Sources. Data collection techniques in this study are Observation Method, Interview Method and documentation methods. Technical Analysis The data used in this research is qualitative descriptive data analysis with case study approach.

In this study was founded that marketing strategy of BMT PahlawanTulungagung in finding customers using: through approach to the customer, through promotion and product planning. All of these strategy is very important for the sustainability performance of BMT Pahlawan Tulungagung in seeking to prioritize the customer due to the customer relationship with personal ties, the skill of the personnel in the company, compactness or a formidable team of existing personnel within the company, especially in dealing with customers so as to bring a distinct impression that convince customers. Supporting factors of the marketing strategy BMT Pahlawan Tulungagung include: excellent service to customers, accessible location, human resources and increase competitive advantage against other institutions. While the suggestions in the study submitted to BMT Pahlawan Tulungagung and for other researchers who are intended to be useful in order to improve the content of this thesis.

Key Words : Marketing Strategy, Customer