

**IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING DALAM PENCAPAIAN
TARGET SIMPANAN DAN PENYALURAN PEMBIAYAAN DI BMT
HARUM TULUNGAGUNG**

SKRIPSI



OLEH

**FATKUROHIM
NIM. 3223113036**

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) TULUNGAGUNG
2015**

**IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING DALAM PENCAPAIAN
TARGET SIMPANAN DAN PENYALURAN PEMBIAYAAN DI BMT
HARUM TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Jurusan Perbankan Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam institut Agama Islam Negeri Tulungagung
Guna Memperoleh Gelar Strata Satu Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)



OLEH

**FATKUROHIM
NIM. 3223113036**

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) TULUNGAGUNG
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Marketing dalam Pencapaian Target Dana Simpanan dan Penyaluran Pembiayaan di BMT Harum Tulungagung” yang ditulis oleh Fatkurohim NIM. 3223113036 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan.

Tulungagung, 03 Juli 2015

Pembimbing,

Qomarul Huda, M.Ag.
NIP. 19730414 200312 1 003

Mengetahui ,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Muhammad Aqim Adlan, M.E.I
NIP. 197404162008011008

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Marketing dalam Pencapaian Target Dana Simpanan dan Penyaluran Pembiayaan di BMT Harum Tulungagung” yang ditulis oleh Fatkurohim NIM. 3223113036 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 Syariah (SE.Sy)

Dewan Penguji

Ketua/Penguji:

Muhammad Aswad, S.Ag., M.A
NIP. 91750614 200801 1 009

Tanda Tangan

.....

Penguji Utama:

Nur Aini Latifah, SE, MM
NIP. 19700901 199903 2 002

.....

Sekretaris/Penguji:

Qomarul Huda, M.Ag
NIP.19730414 200312 1 003

.....

**Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Tulungagung**

H. Dede Nurohman, M. Ag.
NIP. 19711218 200212 1 003

Motto

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*“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”.**

(An - Nisaa’ ayat 29)

*Enang Sudrajat, et. all., *Cordova Al-Qur’an dan Terjemah*. (Bogor : Syamil Quran, 2007), hal. 83

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ahmarhumah Ibu saya (Ibu Nur Ainiah) yang telah mengajarkan banyak tentang makna kehidupan. Semoga beliau mendapat ridho Allah SWT. Dan menjadi catatan amal ibadah yang diterima Allah SWT.
2. Bapak saya (Ahmad Palal) yang selalu memberikan bantuan materiil maupun moril, semangat dan membimbing hingga sampai saat ini.
3. Keluarga besar saya Fatkur Rohman, Farela Dwita Sari. Fatkur Rozak, Fatkur Rozi, Dinda miftakhur Rohmah yang selalu mendukung dan memotivasi untuk menyelesaikan pendidikan ini dengan segala bantuan doa maupun tenaga.
4. Keluarga besar PS B 2011 yang tidak bisa saya sebut satu per satu dan keluarga besar kos-kosan ibu yati yang selama ini telah rela dan ikhlas dalam memberikan tempat untuk singgah saat kuliah usai serta rekan seperjuangan tempat berbagi ilmu dan pengalaman, yang mengajarkanku arti kerja sama, perjuangan serta persahabatan.
5. Teman-teman KKN kelompok Siderojo 1/MRC (Mbah Rein Comunity) terima kasih atas segala dukungan, kasih sayang, dan makna persahabatan yang kalian tanamkan selama ini.
6. Almamaterku IAIN Tulungagung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis munajatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan kasih sayang, berkah, rahmat, dan hidayah-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Implementasi Strategi Marketing dalam Pencapaian Target Dana Simpanan dan Penyaluran Pembiayaan di Bmt Harum Tulungagung**. Shalawat serta salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw dan umatnya.

Dengan terselesainya skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Maftukin, M. Ag, selaku Rektor IAIN Tulungagung.
2. Bapak H. Dede Nurohman. M.H.I, selaku dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam dan Bapak M. Aqim Adlan M.E.I, selaku ketua Jurusan Perbankan Syari'ah.
3. Bapak Qomarul Huda, M.Ag selaku dosen pembimbing, terimakasih atas segala arahan, bimbingan, dan kesediaannya untuk memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
4. Seluruh jajaran dosen dan staf FEBI IAIN Tulungagung, atas segala arahan, bantuan dan dukungan hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di FEBI IAIN Tulungagung.

5. Keluarga besar BMT Harum Tulungagung yang memperkenankan penulis untuk melakukan penelitian, dengan memberikan semua fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan.
6. Seluruh pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Dengan penuh hormat semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah dan tercatat sebagai *amal shalih*.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik sebagai bentuk evaluasi dan solusi sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Akhirnya kepada Allah SWT segala permasalahan penulis kembalikan.

Kediri, Juli 2015

Fatkurohim

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar isi.....	ix
Abstrak	xii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Batasan Masalah	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Definisi Istilah	8
G. Sistematika Penulisan Skripsi	9

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Definisi Strategi Marketing	12
--------------------------------------	----

1. Unsur-Unsur Marketing	14
2. Tujuan Marketing.....	18
3. Konsep-konsep Marketing	18
B. Sumber dan Karakteristik Dana Bank	19
C. Pembiayaan.....	25
1. Pengertian Pembiayaan	26
2. Tujuan Pembiayaan.....	27
3. Fungsi Pembiayaan	29
D. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	39

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
B. Lokasi Penelitian	45
C. Kehadiran peneliti	45
D. Data dan Sumber Data.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisis Data	49
G. Pengecekan Keabsahan Pengumpulan Data	50
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	50

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Lemebaga.....	52
1. Profil Lembaga Keuangan	
BMT Harum Tulungagung.....	52

2.	Sejarah BMT Harum.....	52
3.	Visi dan Misi.....	54
4.	Produk-Produk di BMT Harum	54
5.	Jaringan Dengan Lembaga Lain	57
6.	Struktur Organisasi di BMT Harum	57
7.	Struk Pengurus di BMT Harum	57
8.	Daftar Pendiri BMT Harum	58
B.	Paparan Data	59
C.	Pembahasan Temuan Penelitian.....	69
1.	Implementasi strategi marketing dalam pencapaian target dana simpana dan pembiayaan di BMT Harum	70
2.	Fatktor-faktor yang menghambat implementasi strategi marketing dalm pencapaian target dana simpanan dan pembiayaan di BMT Harum	73

BAB V : PENUTUP

A.	Kesimpulan	81
B.	Saran.....	82

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 4.1 : struktur organisasi BMT Harum Tulungagung

Table 4.2 : rincian rekening BMT Harum Tulungagung

Table 4.3 : grafik dana simpanan dan pembiayaan di BMT Harum Tulungagung

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Implementasi Strategi Marketing dalam Pencapaian Target Dana Simpanan dan Penyaluran Pembiayaan di BMT Harum Tulungagung**” ditulis oleh Fatkurohim, Nim: 3223113036, pembimbing Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya BMT yang muncul di Tulungagung. Maka dari itu setiap BMT diharuskan untuk menciptakan strategi maketing yang tepat untuk mencapai target yang diinginkan yang dihimpun melalui dana simpanan dan penyaluran pembiayaannya dengan pembiayaan yang diberikan kepada nasabah yang mengajukan. Kedua hal tersebut dilakukan untuk menjaga keseimbangan dana yang dihimpun oleh BMT.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) bagaimanakah *strategi marketing* pada BMT Harum dalam pencapaian target dana *simpanan dan penyaluran pembiayaan*? (2) apa saja faktor-faktor yang menghambat implementasi *strategi marketing* dalam pencapaian target dana simpanan dan penyaluran pembiayaan di BMT Harum Tulungagung? Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui strategi marketing dalam pencapaian target dana simpanan dan penyaluran pembiayaan di BMT Harum Tulungagung. (2) untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menghambat dalam implementasi strategi marketing dalam pencapaian target dana simpanan dan penyaluran pembiayaan di BMT Harum Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan jenis penelitian study kasus, dimana peneliti mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan, lembaga, maupun masyarakat yang diteliti dengan beberapa tehnik pengumpulan data. Adapun tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi metode wawancara mendalam (*indept interview*) dan dokumentasi. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan *analisis flow model* (model alur), dengan tahapan *data collection, editing, reduction, display, verifikasi*, dan *data konklusi*. Sedangkan untuk menguji keabsahan data penelitian ini dilakukan triangulasi dengan sumber.

Penelitian ini menghasilkan temuan berupa (1)Strategi marketing yang dilakukan oleh BMT Harum dalam mencapai target simpanan dan penyaluran pembiayaan, dengan cara sosialisasi yakni menjalin kekeluargaan kepada calon nasabah, menjalin kerjasama dengan sekolah-sekolah, dan menggandeng UKM-UKM di wilayah tertentu. Selain itu BMT juga melakukan strategi marketing seperti BMT pada umumnya yakni mengeluarkan brosur dan iklan, meski brosur dan iklan bukan menjadi alat yang diutamakan, karena di BMT Harum lebih mengutamakan promosi dengan silaturahmi (2)faktor-faktor yang menghambat dalam implementasi strategi marketingnya yakni kurangnya pemahaman masyarakat terhadap prinsip syariah, adanya unsur ketidakpercayaan kepada BMT, dan lain-lain.

Kata kunci : **Strategi Marketing, Dana simpanan, Pembiayaan.**