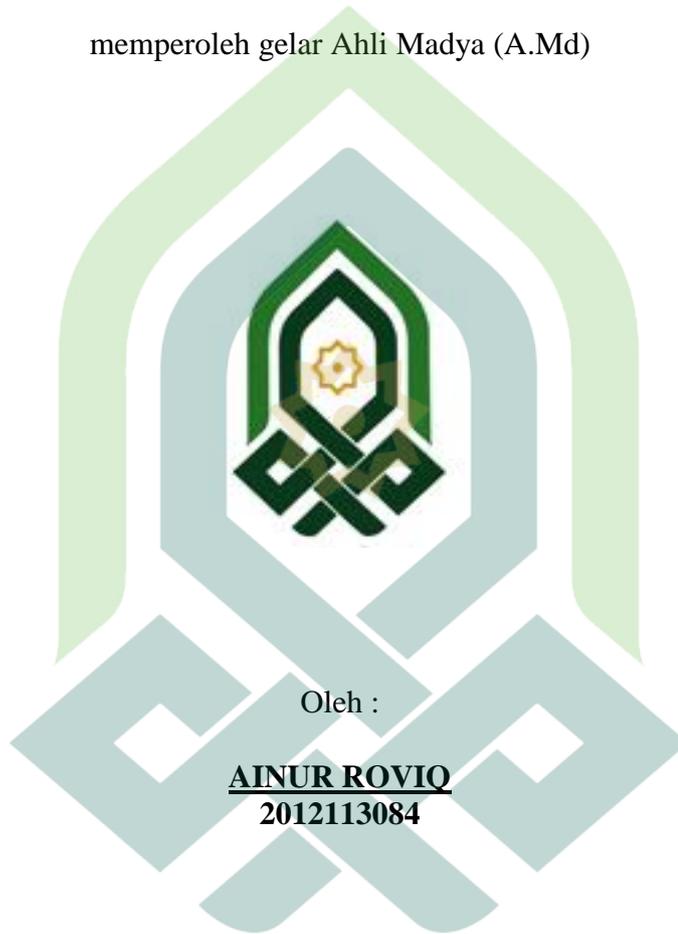




**STRATEGI PEMASARAN PRODUK “MARISA” (MATRA ARISAN)
DI KSPPS BMT MATRA PEKALONGAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)



Oleh :

AINUR ROVIQ
2012113084

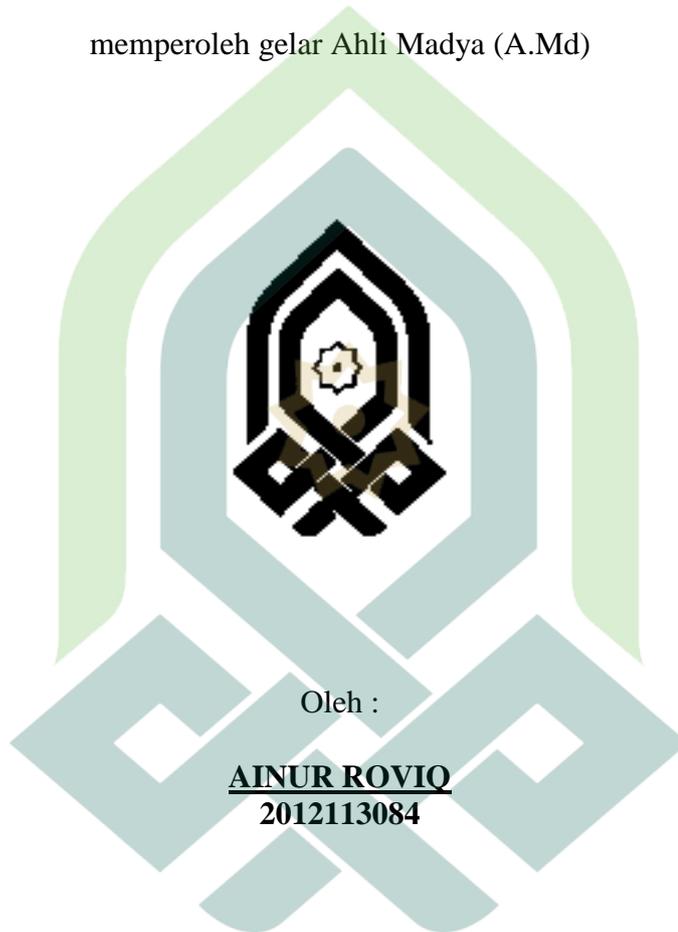
**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN**

2018

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK “MARISA” (MATRA ARISAN)
DI KSPPS BMT MATRA PEKALONGAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)



Oleh :

AINUR ROVIQ
2012113084

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN**

2018

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ainur Roviq

NIM : 2012113084

Judul Tugas akhir : Strategi Pemasaran Produk “MARISA” (Matra Arisan)
di KSPPS BMT Matra Pekalongan

Menyatakan bahwa tugas akhir ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila tugas akhir ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 29 Juni 2018

Yang Menyatakan



AINUR ROVIQ
NIM. 2012113084



NOTA PEMBIMBING

H. Tamamudin, SE. M.M

Jl. KH. A. Dahlan No. 3 Tirto – Pekalongan

Lampiran : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Tugas akhir Sdr. Ainur Roviq

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum. wr. wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah tugas akhir saudara:

Nama : **AINUR ROVIQ**

NIM : **2012113084**

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul : Strategi Pemasaran Produk MARISA (Matra Arisan)
di KSPPS BMT Matra Pekalongan

Dengan ini mohon agar tugas akhir saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Pekalongan, 29 Juni 2018
Pembimbing



H. Tamamudin, SE. M.M
NIP. 19791030 200604 1 018



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Kusuma Bangsa No.9 Pekalongan. Tlp.(0285) 412575-412572.Fax 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan tugas akhir Saudara/i:

Nama : AINUR ROVIQ

NIM : 2012113084

Judul : STRATEGI PEMASARAN PRODUK "MARISA" (MATRA ARISAN) DI KSPPS BMT MATRA PEKALONGAN

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 11 Juli 2018 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ahli Madya (A.Md).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Dr. Shinta Dewi R, SH., M.H.
NIP. 197502201999032001

Kuat Ismanto, M.Ag.
NIP. 197912052009121001

Pekalongan, 25 Juli 2018

Disahkan oleh Dekan,

Dr. Shinta Dewi R, SH., M.H.
NIP. 197502201999032001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
	ba	B	Be
	ta	T	Te
	sa	S	es (dengan titik di atas)
	jim	J	Je



	ha	H	ha (dengan titik di bawah)
	kha	Kh	ka dan ha
	dal	D	De
	zal	Z	zet (dengan titik di atas)
	ra	R	Er
	zai	Z	Zet
	sin	S	Es
	syin	Sy	es dan ye
	sad	S	es (dengan titik di bawah)
	dad	D	de (dengan titik di bawah)
	ta	T	te (dengan titik di bawah)
	za	Z	zet (dengan titik di bawah)
	'ain	'	koma terbalik (di atas)
	gain	G	Ge
	fa	F	Ef
	qaf	Q	Qi
	kaf	K	Ka
	lam	L	El
	mim	M	Em
	nun	N	En

	wau	W	We
	ha	H	Ha
	hamzah	`	Apostrof
	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
= a		=
= i	= ai	=
= u	= au	=

3. *Ta Marbutah*

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jam lah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

ditulis *f timah*

4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ditulis *rabbān*

ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

ditulis *asy-syamsu*

ditulis *ar-rojulu*

السيدة

ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

ditulis *al-qamar*

البيع

ditulis *al-badi'*

ditulis *al-jal l*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

ditulis *umirtu*

ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir. Dengan segala hormat dan terima kasih tugas akhir ini kupersembahkan untuk :

Kedua orang tuaku Bapak Cholidin dan Ibu Muripah tercinta yang senantiasa menyayangi, membimbing dan mengdoakan setiap langkahku. Semoga Allah SWT selalu meridhoi kalian dalam kebaikan – kebaikan.

Kakak ahlis sulthon, Aji Buchori, Khoirul Umam, Adikku Qodri Nada Fitriyani, Hanuf Auliana Quesya dan Amira Maharani, yang tidak henti-hentinya memberiku semangat dan senantiasa menghiburku dikala letih. Semoga perjuangan ini dapat bermanfaat untuk kita.

Bapak H. Tamammudin, S.E, M.M selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah berbagi ilmu, membimbing dan membantu penyusunan Tugas Akhir ini. Semoga kebaikan – kebaikan senantiasa tercurahkan kepadamu.

ibu Dr. Hj. Shinta Dewi R,M.M., S.H dan Kuat Ismanto, M.Ag selaku penguji tugas akhir yang telah menguji dan telah memberikan masukan terhadap hasil penelitian yang telah di lakukan. semoga bapak/ibu senantiasa di beri kesehatan.

Bapak Galih Eko Wibowo, Ibu Ida Karima, Edi Purwanto dan jajaran BMT Matra Pekalongan yang telah mengizinkan dan berkenan membimbing dalam melakukan penelitian shingga dapat tersusun penelitian ini. Semoga kemajuan dan perkembangan BMT Matra Pekalongan dapat bermanfaat untuk warga Pekalongan dan sekitarnya.



Teman – teman ku seperjuangan faris rahma, rian hidayat, husni firmansyah, m nizar, zainudin, fahmi, gilank, bagus, m dwi prastyo, khorizal, royza, anton, zaini, rizan, nela syifa, izqiya, nailis, rizqina, mbak hanik, sakinah yang terus berjuang bersama, semoga ilmu kita terus bermanfaat.

Anggota Gemalawa tahun 2013 Pendekar Faris, Pendekar Rihan, Pendekar Faizal, Pendekar Faizal II, Pendekar Viktor, Pendekar Sigit, Pendekari Septi, Pendekari Kembar Dewi dan Lestari, Pendekari Nastiti, Pendekari Puji, Pendekari Mila, dan para senior serta adik – adik UKM Gemalawa Pekalongan yang senantiasa mengajarkan tentang keilmuan dan nilai – nilai hablumminallah, hablumminannas, dan hablumminalalam.

Semoga nilai – nilai tersebut dapat bermanfaat.

Anggota DERVISHE Pekalongan dan para guru yang telah membimbing dan mengajarkanku tentang jiwa kesabaran dan ketekunan. Semoga kesehatan dan eksistensi kita dapat terus berjalan dan berkembang sampai surga.

Sahabat – sahabatku yang senantiasa mendukung, membantu dan mendo'akanku dalam menyelesaikan tugas akhir. Semoga kita selalu dapat berjuang bersama – sama.

Segenap Bapak/Ibu dosen dan civitas akademika IAIN Pekalongan yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran bagi penulis. Semoga kebaikan – kebaikan kalian senantiasa dibalas dengan kebaikan.





MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Dan Tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan saling menolong dalam berbuat kemaksiatan dan melanggar ketentuan-ketentuan Allah”

(QS.Al-Maidah:2)

Jangan hanya menunggu, tapi bergeraklah, lakukanlah apa yang bisa kita lakukan, tidak akan ada hasil jika tidak ada proses.

Sesungguhnya kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu sudah selesai dari suatu urusan yang lain dan hanya kepada allah hendaklah kamu berharap.

(Hasan Al Basari)

ABSTRAK

Roviq, Ainur. 2018. Strategi Pemasaran Produk “MARISA” (matra arisan) di KSPPS BMT Matra Pekalongan. Tugas Akhir Jurusan Perbankan Syariah Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing : H. Tamamudin, SE. M.M

BMT Matra Pekalongan dalam melakukan pengembangan lembaga BMT membuat produk – produk yang dapat menarik calon nasabah, salah satu produk yang dibuat untuk pengembang BMT yaitu produk dengan sistem arisan yang kemudian disebut tabungan MARISA (matra arisan). MARISA merupakan tabungan dengan sistem arisan yang diperuntukkan bagi semua kalangan masyarakat secara perorangan/pribadi. Tabungan MARISA dibuat sebagai sarana investasi jangka pendek dengan akad *wadiah yad dhamanah*. Penyetoran dilakukan setiap bulan sebelum tanggal 7 dengan jangka waktu selama 36 bulan. Setiap bulan pada tanggal 7 akan diundi hadiah langsung dan di akhir periode akan diundi hadiah-hadiah utama.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran tabungan MARISA (matra arisan) yang dilakukan oleh BMT Matra Pekalongan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data, meliputi perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, dan triangulasi. Teknik analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran tabungan MARISA (matra arisan) di BMT Matra Pekalongan dengan memperhatikan dan menggunakan segmentasi pasar, targeting, positioning dan bauran pemasaran (*marketng mix*). Pasang surutnya tabungan MARISA (matra arisan) dapat dilihat pada tahun 2014 – 2016 yang kemudian menjadikan evaluasi BMT dalam meningkatkan pemasaran dan menaikkan hadiah utama. Pada tahun 2017 dapat terlihat peningkatan nasabah produk MARISA (matra arisan)

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran (*marketig mix*).

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya kita panjatkan untuk Allah Tuhan seru sekalian alam. Sholawat dan salam tercurah hanya untuk baginda Muhammad SAW. Berkat rahmat dan ridlo Allah SWT. akhirnya karya tulis ini dapat terselesaikan dalam bentuk tugas akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk MARISA (Matra Arisan) di KSPPS BMT Matra Pekalongan”.

Penulisan tugas akhir ini merupakan syarat terakhir yang dibuat guna meraih gelar Ahli Madya (A.Md) pada jurusan Perbankan Syari’ah IAIN Pekalongan. Kelemahan, kekurang telitian, kesempitan dalam berfikir adalah hal – hal yang mengiringi penulis dalam pembuatan tugas akhir ini, namun syukur Alhamdulillah ada pribadi-pribadi yang luhur, arahan yang terang dan pendampingan yang membenarkan dari semua pihak yang banyak membantu sehingga penulisan tugas akhir ini dapat selesai. Oleh karena itu salam ta’dhim dan rasa terima kasih penulis haturkan kepada :

1. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M. Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan yang telah memberikan kesempatan menempuh pendidikan di IAIN Pekalongan.
2. Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah menyetujui penelitian ini.
3. H. Tamamudin, SE. M.M selaku Ketua Jurusan program studi Perbankan Syariah yang telah menyetujui penelitian ini.
4. H. Tamamudin, SE. M.M selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah berbagi ilmu, membimbing dan membantu penyusunan Tugas akhir ini.



5. Kepada BMT Matra Pekalongan dan jajaran pengurus yang telah menerima dan sudi menjadi obyek penelitian.
6. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Bapak, ibu dan adik yang selalu memberikan do'a dan semangat sehingga terselesainya tugas akhir ini.
8. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu di sini yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Akhirnya dengan kerelaan hati dan mengharap ridho Allah SWT semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi penulis dan umumnya bagi para pemerhati dan pelaksana pendidikan.

Pekalongan, 29 Juni 2018

Yang Menyatakan,

AINUR ROVIQ
NIM. 20131121



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI..	10
A. Pemasaran.....	10
1. Pengertian Pemasaran	10



2. Fungsi Pemasaran	12
3. Konsep Pemasaran	14
4. Strategi Pemasaran	16
5. Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>)	19
6. Tujuan Pemasaran	23
B. Penelitian terdahulu	25
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian	33
C. Sumber Data	33
D. Metode Pengumpulan Data	34
E. Teknik Keabsahan Data	36
F. Analisis Data	37
G. Langkah – Langkah Penelitian	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. BMT Matra Pekalongan	41
1. Profil BMT Matra Pekalongan	41
a. Sejarah BMT Matra Pekalongan	41
b. Motto, Visi dan Misi BMT Matra Pekalongan	42
c. Dasar Hukum Pendirian BMT Matra Pekalongan	42
d. Struktur Organisasi BMT Matra Pekalongan	43
e. Produk – Produk BMT Matra Pekalongan	45
2. Tabungan MARISA (matra arisan) di BMT Matra Pekalongan	48



B. Analisis Strategi Pemasaran Tabungan MARISA (matra arisan) di BMT Matra Pekalongan	50
1. Segmentasi Pasar	51
2. Targeting	52
3. Positioning	52
4. Bauran Pemasaran	53
C. Perkembangan Tabungan MARISA (matra arisan) di BMT Matra Pekalongan	61
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

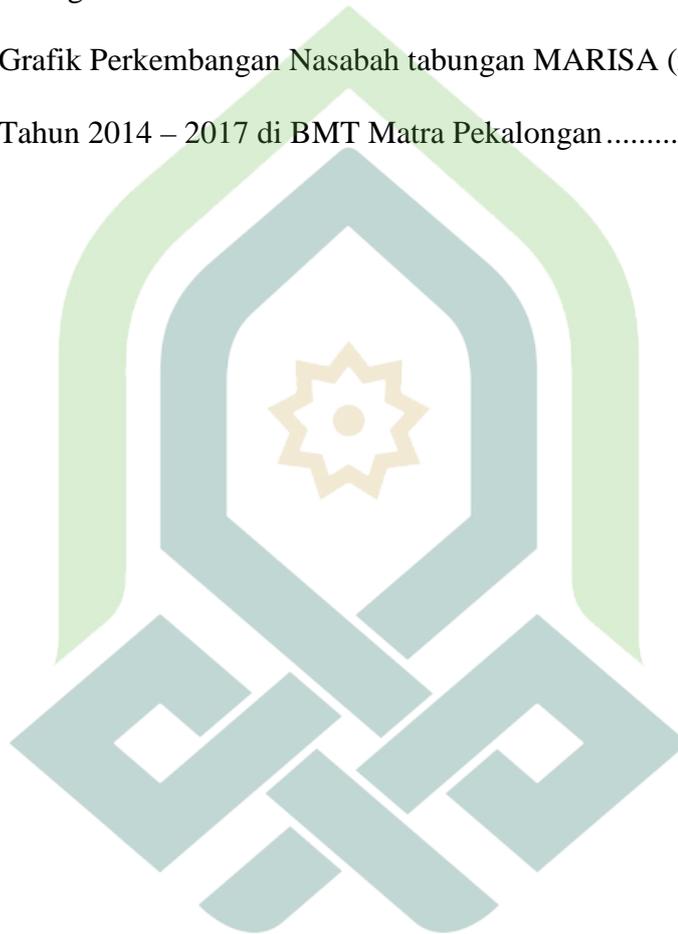
Tabel 1.1	Tabel Laporan Jumlah Nasabah tabungan MARISA (matra arisan) tahun 201 – 2017 di BMT Matra Pekalongan	6
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	25
Table 4.1	Tabel Perkembangan Nasabah tabungan MARISA (matra arisan) Tahun 2014 – 2017 di BMT Matra Pekalongan.....	62





DAFTAR GAMBAR

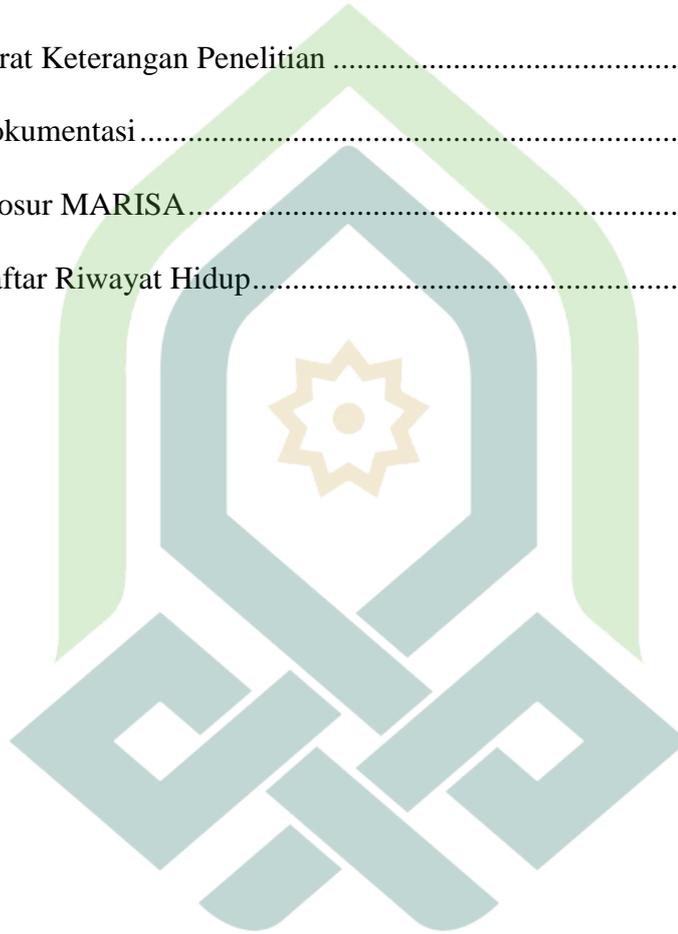
Gambar 2.1	Elemen – elemen Strategi Pemasaran.....	11
Gambar 3.1	Triangulasi Metode.....	36
Gambar 3.2	Triangulasi Sumber	37
Gambar 4.1	Grafik Perkembangan Nasabah tabungan MARISA (matra arisan) Tahun 2014 – 2017 di BMT Matra Pekalongan.....	62





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	70
Lampiran 2 Hasil Observasi.....	71
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian.....	83
Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian	88
Lampiran 5 Dokumentasi	89
Lampiran 6 Brosur MARISA.....	91
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	92



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem lembaga keuangan Indonesia di era modern saat ini mulai menunjukkan kemajuannya. Adanya perkembangan dalam industri perbankan, koperasi dan BMT serta terbukanya informasi bebas menyebabkan tingginya persaingan antar lembaga keuangan. Persaingan tersebut menyebabkan suatu lembaga keuangan berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan dengan menggunakan strategi pemasaran. Setiap lembaga keuangan harus mampu bersaing dengan mengunggulkan masing-masing produk jasa yang ditawarkan.

Seiring berkembangnya lembaga keuangan ternyata diikuti juga dengan menjamurnya lembaga keuangan syariah mikro yang salah satunya dikenal nama BMT (*Baitul Mal Wat Tamwil*). BMT merupakan suatu lembaga keuangan mikro syariah yang mendukung kegiatan ekonomi rakyat dengan berlandaskan pada prinsip syariah. Kegiatannya mirip atau bahkan bisa dikatakan sama dengan kegiatan bank, yaitu mengumpulkan dana pihak ketiga atau nasabah sebanyak-banyaknya yang kemudian disalurkan lagi melalui pemberian pembiayaan kepada nasabah pembiayaan.

Peran nasabah hakikatnya sangat menentukan berhasil tidaknya kegiatan operasional bagi bank maupun lembaga keuangan lainnya. Untuk itu, pihak perbankan dan lembaga keuangan lainnya harus mampu mengatur

dan mengarahkan hubungan mereka dengan para nasabah secara baik.¹ Di dalam sejarah perekonomian kaum muslimin, pembiayaan yang dilakukan dengan akad syariah telah menjadi tradisi pada masa Rasulullah SAW. Praktik-praktik seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW. Dengan demikian, fungsi dari lembaga keuangan modern yaitu menerima deposit, menyalurkan dana dan mentransfer secara umum.

Lembaga keuangan syariah pada dasarnya adalah pengembangan dari konsep ekonomi Islam, terutama dalam bidang keuangan. Hal ini berarti secara makro lembaga syariah adalah institusi keuangan yang memosisikan diri sebagai pemain aktif dalam mendukung dan memainkan kegiatan investasi di masyarakat sekitarnya. Dalam kaca mata mikro, lembaga keuangan syariah adalah lembaga yang menjamin seluruh aktivitas investasi yang menyertainya sesuai dengan syariah. Utamanya adalah yang berkaitan dengan pelanggaran riba, kegiatan *maysir* (spekulasi), dan *gharar* (ketidakpastian).²

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) merupakan lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. Secara harfiah *baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha. *Baitul Maal Wat Tamwil* dikembangkan dari masa Nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana *baitul maal* berfungsi sebagai upaya

¹ Muchdarsyah Sinungan, *Strategi Manajemen Bank Menghadapi Tahun 2000* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1994), hlm.293 .

² Ascarya, *Akad dan Produk Lembaga keuangan*, (Jakarta: PT Rajawali Press, 2006), hlm.5.

pengumpulan dan penyaluran dana zakat, infaq, sedekah, wakaf dan dana-dana sosial yang lain. Sedangkan *baitul tamwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.³

Kegiatan jasa keuangan yang dikembangkan oleh BMT penghimpun dana dan menyalurkannya melalui kegiatan salah satunya prinsip yang digunakan lembaga syariah dalam memobilisasi dana adalah dengan menggunakan prinsip titipan. Adapun akad yang sesuai dengan prinsip ini adalah al-wadi'ah. Al-wadi'ah merupakan titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki. Secara umum terdapat dua jenis wadi'ah: al-wadi'ah yad al-manah dan wadia'ah yad adh-dhamanah.⁴

Sekarang ini persaingan dalam dunia industri semakin ketat. Produk menjadi krusial awal dan ujung tombak dari suatu industri manufaktur. Konsekuensinya, keberhasilan industri tersebut dalam persaingan akan juga ditentukan oleh keberhasilannya merancang dan mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan kecepatan industri tersebut dalam beradaptasi/merespon perubahan keinginan konsumennya. Kecepatan perubahan rancangan produk akan dipengaruhi oleh kecepatan perkembangan teknologi, kerumitan produk dan proses, pemendekan siklus perancangan dan faktor-faktor organisasi.

KSPPS BMT Matra Pekalongan sebagai salah satu lembaga keuangan syariah diharapkan agar mampu bersaing untuk mengembangkan produk

³Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hlm.126.

⁴Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm.148.

dan mempertahankan atau menambah jumlah calon nasabah, terutama dengan lembaga keuangan yang sudah mempunyai nama dan sudah bonafit di bidang keuangan, sumber daya manusia (SDM) dan produk yang berkualitas.⁵

KSPPS BMT Matra Pekalongan memiliki produk penghimpun dana (funding) dan produk penyaluran dana (lending). Beberapa produk penghimpun dana (funding) di antaranya seperti, Simpanan Masa Depan (Simas), Simpanan Idul Fitri (Sifitri), Simpanan Idul Adha (Siadha), Simpanan Pelajar (Simpel), Matra Arisan (MARISA), Simpanan Mudharabah Berjangka (Deposito), Tabungan Wisata (Tawis) dan Tabungan Haji (Tahaji). Sedangkan produk penyaluran dana (lending) seperti, Pembiayaan Murabahah, Pembiayaan Al Ijarah, Pembiayaan Mudharabah, Pembiayaan Musyarakah, Pembiayaan Bai'u Bithaman Ajil dan Pembiayaan Wakalah.⁶

Diluncurkannya sebuah produk baru tidak akan pernah terlepas dari bagaimana manajemen pemasaran yang akan digunakan guna menarik para nasabah. Manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan program, guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.⁷ Dalam kegiatan pemasaran, tentu terlebih dahulu untuk menyusun perencanaan yang

⁵Galih Eko Wibowo, *Manajer funding*. Wawancara Pribadi, BMT Matra Syariah Pekalongan, 29 Maret 2016.

⁶Dokumen BMT MATRA, Pekalongan, tahun 2016.

⁷ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm 8.

strategis untuk memberi arah terhadap kegiatan perusahaan yang menyeluruh yang harus didukung dengan rencana pelaksanaan yang lebih rinci di bidang-bidang kegiatan perusahaan, namun dengan syarat rencana itu tidak bertentangan dengan syariat Islam. Ditandakan dalam Al-quran yang artinya, “Atau apakah manusia akan mendapat segala yang diciptakannya, maka hanya bagi Allah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia” (QS.An-Najm:24-25). Dari ayat tersebut bila dihubungkan dengan strategi pemasaran, kegiatan strategi (rencana) pemasaran merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pemasaran seperti yang diharapkan untuk mencapai keberhasilan, dan sudah menjadi sunnatullah bahwa apapun yang sudah kita rencanakan, berhasil atau tidaknya ada pada ketentuan Tuhan (Allah).⁸

Untuk tetap mempertahankan eksistensi produk dan meningkatkan jumlah nasabah, KSPPS BMT Matra Pekalongan melakukan pengembangan produk yaitu dengan meluncurkan sebuah inovasi baru dengan melakukan pengembangan produk tabungan syariah Matra Arisan (MARISA) merupakan sebuah produk tabungan dengan sistem arisan. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan adalah jemput bola. Dengan adanya pengembangan produk tabungan syariah Matra Arisan (MARISA) menggunakan strategi tersebut diharapkan nasabah KSPPS BMT Matra Pekalongan akan merasa senang dan tertarik untuk bergabung membuka tabungan kembali di KSPPS BMT Matra Pekalongan. Matra Arisan

⁸ <https://akmalaziz.wordpress.com/2014/01/09/pemasaran-dalam-perspektif-islam/> di akses pada tanggal 2 maret 2018 pukul 13.41

(MARISA) ini diluncurkan pada tahun 2005 dan dirancang sebagai sarana investasi jangka pendek yang aman. Tabungan syariah Matra Arisan (MARISA) merupakan tabungan atau simpanan yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah yad dhamanah*. KSPPS BMT Matra Pekalongan dapat menggunakan dana titipan tersebut sebagai bentuk penyaluran dana kepada masyarakat/nasabah yang sedang membutuhkan atau kekurangan dana baik untuk usaha yang dijalankan maupun kebutuhan lainnya.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah tabungan MARISA (Matra Arisan) Tahun 2014-2017
Di KSPPS BMT Matra Pekalongan

NO	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2014	485 Orang
2.	2015	616 Orang
3.	2016	370 Orang
4.	2017	581 Orang

Produk tabungan syariah Matra Arisan (MARISA) ini memiliki karakteristik yang unik karena berbeda dengan produk tabungan/simpanan lain di KSPPS BMT Matra Pekalongan. Produk tabungan lain di KSPPS BMT Matra Pekalongan hanya akan memperoleh bonus setiap bulan atas saldo yang dimiliki penabung. Tabungan syariah Matra Arisan (MARISA) ini diundi pada setiap bulannya dengan setoran Rp. 100.000,-/bulan dengan jangka waktu selama 36 bulan. Nasabah yang masuk dalam penyaringan undian adalah peserta yang rutin setiap bulan. Peserta yang telah keluar dengan nomor undian, tabungan tersebut akan dikembalikan secara penuh serta berhak memenangkan hadiah utama, hadiah langsung dan hadiah

hiburan sebagai bonus. Bagi peserta yang mendapatkan hadiah langsung sudah tidak setor lagi, untuk peserta yang memenangkan hadiah hiburan masih diwajibkan setor lagi. Hadiah utama akan diundi pada akhir periode. Dan jumlah nasabah setiap tahunnya naik dan turun, namun pada tahun 2017 terjadi peningkatan nasabah yang cukup signifikan dengan diubahnya sistem hadiah atau bonus bagi nasabah.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh lagi mengenai mekanisme pemasaran produk Marissa agar diperoleh gambaran-gambaran tentang hal tersebut. Oleh karena itu maka penulis mengambil judul dalam penulisan tugas akhir ini **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK ‘MATRA ARISAN (MARISA) KSPPS DI BMT MATRA PEKALONGAN.”**

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diambil oleh penulis adalah : “Bagaimana strategi pemasaran produk Matra Arisan (MARISA) yang dilakukan di KSPPS BMT Matra Pekalongan?”

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui implikasi pengembangan produk tabungan syariah Matra Arisan (MARISA) terhadap minat nasabah di KSPPS BMT Matra Pekalongan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Untuk menambah pengetahuan tentang Lembaga Keuangan Mikro Syariah khususnya tentang pengembangan produk yang dilakukan oleh KSPPS BMT Matra Pekalongan dengan inovasi produk baru dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan dan mempertahankan nasabah lama serta menambah nasabah baru.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis dan masyarakat dalam menambah ilmu pengetahuan dalam bidang Lembaga Keuangan Mikro Syariah

D. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran dan informasi yang jelas mengenai Tugas Akhir yang akan ditulis oleh penulis, maka penelitian ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, Terdiri dari : latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka, Terdiri dari : pengertian pemasaran, fungsi pemasaran, konsep pemasaran, strategi pemasaran, tujuan pemasaran dan penelitian yang relevan

BAB III Metode Penelitian,, Terdiri dari : jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, subjek dan informan penelitian, teknik oengumpulan data, metode analisis data, kreadibilitas informasi data, serta langkah-langkah penelitian..

BAB IV Pembahasan dan hasil penelitian, terdiri dari : Profil BMT Matra Syari'ah dan Hasil Penelitian

a) Profil KSPPS BMT Matra Pekalongan

Berisikan tentang sejarah berdirinya KSPPS BMT Matra Pekalongan, motto, visi dan misi BMT Matra, landasan hukum BMT Matra dan struktur organisasi KSPPS BMT Matra Pekalongan.

b) Hasil penelitian

Berisikan tentang hasil penelitian pengembangan produk tabungan syariah matra arisan (MARISA) di KSPPS BMT Matra Pekalongan dan implikasi minat nasabah terhadap pengembangan produk tabungan syariah matra arisan (MARISA) di KSPPS BMT Matra Pekalongan.

BAB V Penutup, terdiri dari : kesimpulan dan saran



BAB V

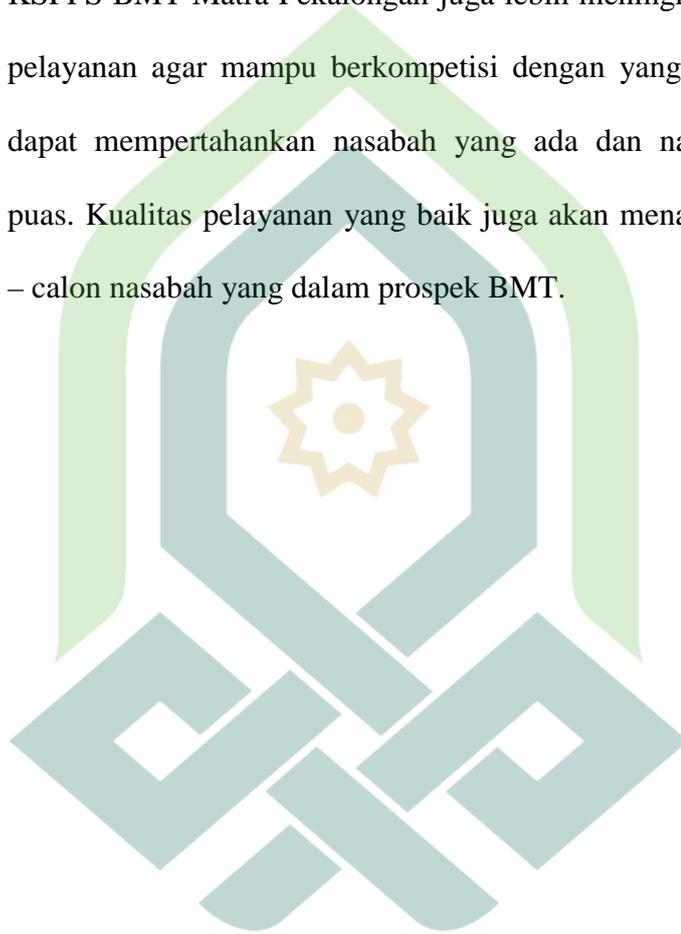
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa KSPPS BMT Matra Pekalongan dalam mengembangkan produk MARISA (matra arisan) menggunakan strategi pemasaran dan bauran pemasaran (*marketing mix*), strategi pemasaran tersebut mampu mempertahankan produk dan menjadi alat saing dalam persaingan pasar, tidak hanya itu saja KSPPS BMT Matra Pekalongan dalam mempertahankan nasabah dan menarik nasabah baru dengan adanya bonus yang diberikan dalam bentuk hadiah membuat nasabah tertarik, memilih dan membuka tabungan syariah matra arisan (MARISA). Pengaruh calon nasabah terhadap produk tabungan MARISA (matra arisan) di BMT Matra dapat disimpulkan bahwa minat nasabah mengalami peningkatan pada tahun 2015 Dengan adanya strategi promosi (*promotion*) yang dilakukan, namun pada tahun 2016 mengalami penurunan karena hadiah utama yang masih tetap motor, sehingga pada tahun 2017 hadiah utama kembali ditingkatkan dengan hadiah utama umrah sehingga nasabah sangat tertarik selain itu juga ada hadiah yang didapat perbulan dan diakhir periode, meskipun itu bagi yang beruntung karena tabungan dengan sistem arisan.

B. Saran

1. KSPPS BMT Matra Pekalongan agar terus meningkatkan promosi atau mengenalkan produk MARISA (matra arisan) agar masyarakat tertarik untuk menabung.
2. KSPPS BMT Matra Pekalongan juga lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu berkompetisi dengan yang lain sehingga dapat mempertahankan nasabah yang ada dan nasabah merasa puas. Kualitas pelayanan yang baik juga akan menarik para calon – calon nasabah yang dalam prospek BMT.



Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta.
- Anshari, Abd. Ghofur. 2005. *Hukum dan Praktik Perwakafan di Indonesia*, Yogyakarta: Pilar Media.
- Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. 2006. *Akad dan Produk Lembaga keuangan*, Jakarta: PT Rajawali Press.
- Assauri, Sofjan. 1993. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali.
- Azwar, Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- B. Miles, Matthew. dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisa Data Kualitatif*, Jakarta: UII Press.
- Basu, Swastha. dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset.
- Faiqoh, Naili. 2012. *Strategi Pemasaran Produk "Sisantri" (Simpanan Masyarakat Kota Santri) di KSU BMT Kota Santri Bojong Kab. Pekalongan*. Tugas Akhir DIII Perbankan Syariah, Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan.

- Fitriana, Nindi. 2012. *Peran BMT Dana Syariah Batang dalam Pengembangan Usaha Nasabah*. Tugas Akhir DIII Perbankan Syariah, Pekalongan: Perpustakaan STAIN.
- Ghony. M.Djunaidi, dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Salemba Humarika.
- Indah Yanto, Oki Rizqi. 2015. *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Idul Fitri di KJKS Mitra Sejahtera Subah Batang*. Tugas Akhir D III Perbankan Syari'ah. Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan.
- Istiqomah, Nur. 2011. *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Penghimpunan DPK di BNI Syari'ah Cabang Pekalongan*. Tugas Akhir DIII Perbankan Syariah, Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan.
- Juhaya. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Khomiyah. 2010. *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mudharabah Di BNI Syariah Pekalongan*. Tugas Akhir D III Perbankan Syari'ah, Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan.
- Kotler, Philip. dan A. B. Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta : Salemba Empat.

- Kumalasari, Asma. 2008. *Strategi Syariah Marketing dalam Penjaringan Nasabah” di BMT Bahtera Group Unit Warungasem*. Tugas Akhir DIII Perbankan Syariah, Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan.
- lupiyoadi, Rambat. 2014. *Managemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat.
- Meleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Noviayu, Cicik Erma. 2015. *Strategi Bauran Pemasaran Dalam Produk Simpanan Hari Raya di KJKS EL-FAIRUZ Pekalongan*. Tugas Akhir DIII Perbankan Syariah, Pekalongan: STAIN Pekalongan.
- Oktania, Umifah. 2009. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah BMT SM NU Kota Pekalongan*. Tugas Akhir D III Perbankan Syari’ah, Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan.
- Philip, Kotler. dan Keller Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Yogyakarta: UII Press.
- Sarwono. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Sinungan, Muchdarsyah. 1994. *Strategi Manajemen Bank Menghadapi Tahun 2000*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Subagyo, P. Joko. 1999 *Metode Penelitian : Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiono, 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta.

Sukiyaningsih, Heni. 2007. *Strategi Pemasaran di BMT Syirkah Muawanah / SM NU Kota Pekalongan*. Tugas Akhir DIII Perbankan Syariah, Pekalongan: Perpustakaan STAIN Pekalongan.

Umar, Husein. 1997. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Usman, Husaini dan Purnomo Setiadi Akbar. 2009. *Metodologi penelitian Sosial*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

WAWANCARA

Karima, Ida. 2018. *Kepala Operasional dan SDM di BMT Matra Pekalongan*, Pekalongan.

Purwanto, Edi. 2018. *Marketing di BMT Matra Pekalongan*, Pekalongan.

Soraya, Nailis. 2018. *Nasabah tabungan MARISA (matra arisan) di BMT Matra Pekalongan*, Pekalongan

Subhan. 2018. *Nasabah tabungan MARISA (matra arisan) di BMT Matra Pekalongan*, Pekalongan

Wibowo, Galih Eko. 2018. *Manajer Pendanaan di BMT Matra Pekalongan*, Pekalongan.

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS DIRI

Nama : AINUR ROVIQ
NIM : 2012113084
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 8 Mei 1995
Alamat : Jl. Pelita 3, RT.01/RW.05, Kel. Jenggot
Kec. Pekalongan Selatan, Kota Pekalongan

II. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Cholidin
Nama Ibu : Muripah
Alamat : Jl. Pelita 3, RT.01/RW.05, Kel. Jenggot
Kec. Pekalongan Selatan, Kota Pekalongan

III. RIWAYAT PENDIDIKAN

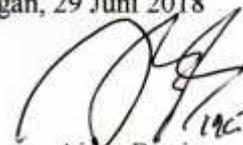
1. SDN 01 Medono, Lulus Tahun 2007
2. MTSs YAPENSA, Lulus Tahun 2010
3. MAN 2 Pekalongan, Lulus Tahun 2013
4. IAIN Pekalongan Angkatan 2013 Jurusan Perbankan Syariah

IV. RIWAYAT ORGANISASI

1. Gemalawa IAIN Pekalongan.
2. DERVISHE Pekalongan

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar benarnya untuk digunakan seperlunya.

Pekalongan, 29 Juni 2018



Ainur Roviq



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma Bangsa no.9 Pekalongan Telp (0285) 412575 faks (0285) 423418
website: perpustakaan-pekalongan.ac.id email: perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Strategi sivitas akademika iain pekalongan , yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : AINUR ROVIQ

NIM : 2012113084

Jurusan/ Prodi : D3 Perbankan Syariah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak bebas royalti non-eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas akhir

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK "MARISA" (MATRA ARISAN)
DI KSPPS BMT MATRA PEKALONGAN**

Beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak bebas Royalti Non-Eksklusif ini
perpustakaan IAIN pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya sedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak perpustakaan IAIN
Pekalongan segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas Hak Cipta dalam karya ilmiah
saya ini.

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan , 04 Agustus 2018

MPERAI
TEMPIL
66348AFF285322551
6000
TUAS
AINUR ROVIQ
2012113084

