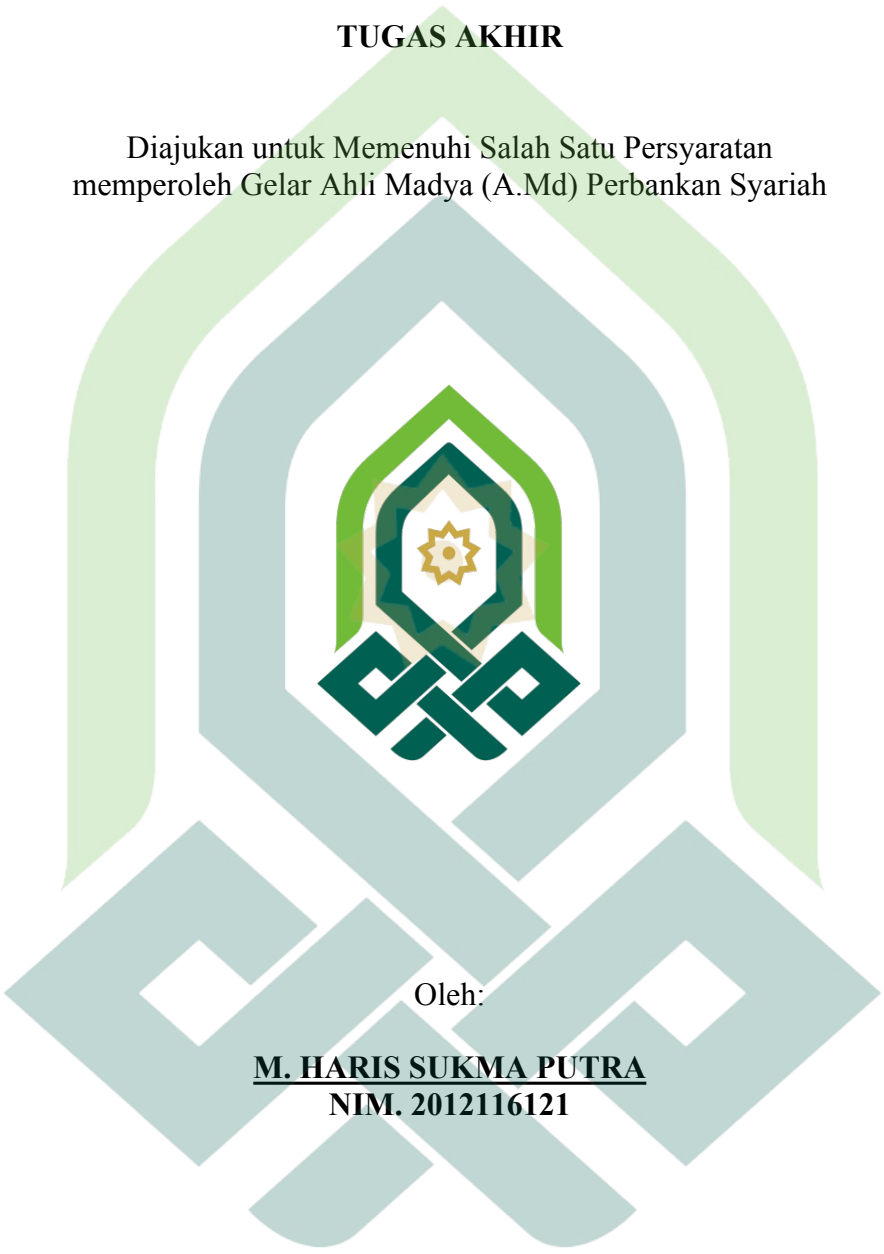
Perpustakaan IAIN Pekalongan

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIFITRI (SIMPANAN IDUL FITRI) DI KSPPS BMT MITRA UMAT CABANG PANJANG PEKALONGAN

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) Perbankan Syariah



Oleh:

M. HARIS SUKMA PUTRA
NIM. 2012116121

JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020

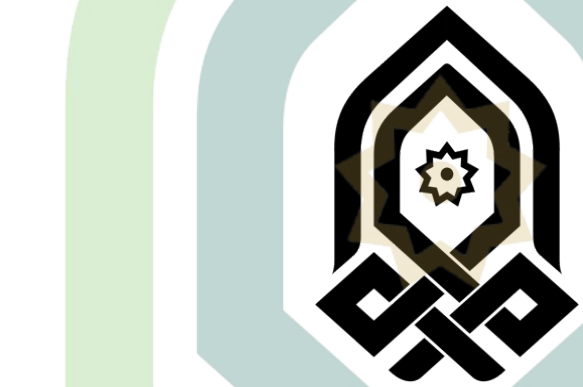
Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIFITRI (SIMPANAN IDUL FITRI) DI KSPPS BMT MITRA UMAT CABANG PANJANG PEKALONGAN

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) Perbankan Syariah



Oleh:

M. HARIS SUKMA PUTRA
NIM. 2012116121

JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD HARIS SUKMA PUTRA

NIM : 2012116121

Judul Tugas Akhir : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIFITRI (SIMPANAN IDUL FITRI) DI KSPPS BMT MITRA UMAT CABANG PANJANG PEKALONGAN

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Tugas Akhir ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademisi dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 25 Juni 2020

Yang Menyatakan,

M. HARIS SUKMA PUTRA

NIM.2012116121

Perpustakaan IAIN Pekalongan

NOTA PEMBIMBING

H. Tamamudin S.E.MM
Jl. K.H Ahmad Dahlan, Tirto Kota Pekalongan.

Lampiran : 3 (Tiga) eksemplar
Hal : Naskah Tugas Akhir Saudara Muhammad Haris Sukma P

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan Naskah Tugas Akhir Saudara:

Nama : Muhammad Haris Sukma P
NIM : 2012116121
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Judul :Analisis Strategi Pemasaran Produk SIFITRI (Simpanan Idul Fitri) Di KSPPS BMT Mitra Umat Cabang Panjang Pekalongan

Dengan ini mohon agar Tugas Akhir saudari tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 24 Juni 2020
Pembimbing

H. Tamamudin S.E.MM
NIP. 197910302006041018

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen Telepon 085728204134, Faksimili (0285) 423418
Website: febi.iainpekalongan.ac.id E-mail: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan Tugas Akhir Saudari:

Nama : **M HARIS SUKMA PUTRA**

NIM : **2012116121**

Judul Tugas Akhir : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIFITRI (SIMPANAN IDUL FITRI) DI KSPPS BMT MITRA UMAT CABANG PANJANG PEKALONGAN**

Telah diujikan pada hari Selasa, Tanggal 30 Juni 2020 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Perbankan Syariah.

DewanPenguji,

Penguji I	Penguji II
Drajat Siawan M.Si	**Happy Sista Devy M.M.**
NIP. 198301182015031001	NIP. 199301420180120003

Pekalongan, 11 September 2020

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Sinta Dewi Rismawati,S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

PEDOMAN TRANSLITERASI

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 sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini 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
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidakdilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	ṡ	es (dengantitik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengantitikdibawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha

Perpustakaan IAIN Pekalongan

د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengantitik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengantitik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengantitikdibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengantitikdibawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokalrangkap	VokalPanjang
اَ = a		اَ = ā
اِ = i	اَي = ai	اِي = ī
اُ = u	اَو = au	اُو = ū

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

3. *Ta Marbutah*

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مراةجميلة	ditulis	*mar'atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة	ditulis	*fatimah*

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

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

Contoh :

ربنا	ditulis	*rabbanā*
البر	ditulis	al-birr

5. Kata sandang (artikel)

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

Contoh :

الشمس	ditulis	*asy-syamsu*
الرجل	ditulis	*ar-rajulu*
السيدة	ditulis	*as-sayyidah*

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

Contoh :

القمر	ditulis	*al-qamar*
البديع	ditulis	*al-badi'*
اجلال	ditulis	*al-jalāl*

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 :

امرت	ditulis	*umirtu*
شيء	ditulis	*syai'un*

Perpustakaan IAIN Pekalongan
Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

PERSEMBAHAN

Bissmillahirrohmanirrohim.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah menuntun, memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran dan kemudahan dalam salah satu perjuangan hidup ini. Semoga apa yang telah dilalui senantiasa memberikan manfaat bagi semuanya. Tugas akhir ini saya persembahkan kepada :

1. Ibu Sri Mugiharti tercinta yang selalu mendoakan dalam setiap langkahku. Terimakasih atas kesabaran, pengorbanan dan semua yang telah kalian berikan kepadaku demi tercapainya apa yang diharapkan.
2. Kakak-kakakku Haryadi Sukmono, Hartadi Ganda Sukmana, Rifqi Harindra Sukmana, Dina Harfiati Sukma Asih serta semua keluargaku yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang senantiasa memberikan ilmunya, bimbingan serta dukungan.
4. BTM Mitra Umat Cabang Panjang Pekalongan yang telah mengizinkan saya untuk melaksanakan penelitian.
5. Semua sahabatku yang memberikan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung.
6. Teman-teman D3 Perbankan Syariah IAIN Pekalongan angkatan 2016 yang saling memberikan *support* dalam menggapai apa yang di harapkan.
7. Seluruh pihak yang terlibat dan berkontribusi dalam menyusun tugas akhir ini

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

MOTTO

Cita-cita memang berawal dari mimpi, tapi anda jangan lupa bangun untuk meraihnya.

Apabila seseorang mati, seluruh amalnya akan terputus kecuali 3 hal: sedekah jariyah, ilmu yang bermanfaat, dan do'a anak yang sholeh dan sholehah (HR. Muslim).

Learn from the past, live for the today, and plan for tomorrow

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

ABSTRAK

Di dalam dunia perekonomian yang terus berubah seiring berjalannya waktu, tidak dapat dipungkiri adanya persaingan bisnis antar perusahaan untuk dapat terus bertahan dalam kondisi perekonomian yang semakin kompetitif. Hal inilah yang menjadi acuan suatu perusahaan untuk terus berusaha melakukan inovasi-inovasi terhadap suatu produk dan jasa yang menjadi pendukung utama keberhasilan perusahaan untuk mampu bersaing. Seiring dengan berkembangnya suatu bisnis yang membuat persaingan menjadi ketat, banyak perusahaan berlomba-lomba meningkatkan fasilitas, prasarana, dan berbagai manfaat lainnya kepada pelanggannya. Hal tersebut juga terjadi pada industri perbankan, termasuk perbankan syariah. KSPPS BMT Mitra Umat Cabang Panjang salah satu bank yang juga terus melakukan inovasi-inovasi produk dengan berusaha memenuhi kebutuhan nasabahnya. Aktivitas masyarakat sekarang ini semakin padat, maka KSPPS BMT Mitra Umat cabang Panjang terus mengembangkan produk SIFITRI (Simpanan Idul Fitri). Strategi ini dilakukan agar SIFITRI (Simpanan Idul Fitri) diharapkan mampu memberikan solusi dalam meringankan aktivitas nasabahnya dengan memberikan fasilitas dan manfaat untuk memenuhi kebutuhannya, serta dapat bersaing dengan para kompetitor.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal produk SIFITRI (Simpanan Idul Fitri) pada KSPPS BMT Mitra Umat cabang Panjang, (2) Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pemasaran produk SIFITRI (Simpanan Idul Fitri), dan (3) Memberikan alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk SIFITRI (Simpanan Idul Fitri) bagi KSPPS BMT Mitra Umat cabang Panjang. Data penelitian bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi atau pengamatan langsung dilokasi perusahaan melalui wawancara dan pengisian kuesioner. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, internet, dan literatur-literatur dari perusahaan. Wawancara dan pengisian kuesioner tersebut dilakukan terhadap empat orang yang kompeten di bidangnya

Perolehan alternatif strategi didapatkan dari matriks SWOT dan untuk memilih strategi yang terbaik dengan Berdasarkan hasil analisis matriks IFE dan EFE, diketahui bahwa kekuatan utama yang dimiliki KSPPS BMT Mitra Umat cabang Panjang adalah citra perusahaan yang baik di mata investor maupun masyarakat, sedangkan kelemahan utamanya adalah masih kurangnya jumlah kantor. Peluang utama bagi KSPPS BMT Mitra Umat cabang Panjang adalah perluasan jaringan perbankan syariah, sedangkan ancaman yang dihadapi adalah semakin banyak BMT di Kota Pekalongan. Alternatif strategi pemasaran yang tepat dalam penelitian ini adalah *market penetration strategy*

Kata Kunci : Simpanan Idul Fitri, BMT Mitra Umat

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

KATA PENGANTAR

Bissmillahirrohmanirrohim.

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan taufik, hidayah dan inayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul "**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIFITRI (SIMPANAN IDUL FITRI) DI KSPPS BMT MITRA UMAT CABANG PANJANG PEKALONGAN**". Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw.

Tugas Akhir ini dengan memberikan bantuan, bimbingan dan dorongan, baik Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penyususnan bersifat material maupun spiritual, khususnya yang terhormat kepada :

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H,. M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Dr. AM, M Hafidz Ma'sum, M.Ag. selaku Wakil Dekan Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Bapak Drs. H. A Tubagus Surur, M.Ag selaku Wakil Dekan Dua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. Zawawi M.A selaku Wakil Dekan Tiga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
6. Bapak H. Tamamudin, S.E,. M.M. selaku Ketua Jurusan DIII Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.

Perpustakaan IAIN Pekalongan

7. Bapak Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd selaku Wali Dosen yang telah memberikan bimbingan selama masa perkuliahan.
8. Bapak H. Tamamudin, S.E,. M.M. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir ini.
9. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
10. BTM Mitra Umat Cabang Panjang Pekalongan yang telah mengizinkan saya untuk melaksanakan penelitian.
11. Ibu Sri Mugiharti serta keluarga yang selalu mendoakan demi terselesainya penulisan tugas akhir ini.
12. Teman-teman D3 Perbankan Syariah IAIN Pekalongan angkatan 2016.
13. Semua pihak yang terlibat dan berkontribusi dalam menyusun tugas akhir ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengaharapakan kritik dan saran dari pembaca. Penulis berharap semoga naskah tugas akhir ini dapat bermanfaat dan dapat menambah khasanah keilmuan bagi para pembaca. *Aamiin ya Robbal'Alamin.*

Pekalongan, 24 Juni 2020

Penulis

M. HARIS SUKMA P

2012116121

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR ..... **ii**
NOTA PEMBIMBING ..... **iii**
PENGESAHAN ..... **iv**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **ix**
MOTTO ..... **x**
ABSTRAK ..... **xi**
KATA PENGANTAR ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Sistematika Penulisan 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
A. Penegasan Istilah 10
1. Simpanan 10
2. Strategi Pemasaran 10
3. Idul Fitri 10
B. Landasan Teori 11
1. Pengertian Simpanan 11
2. Pengertian Pemasaran 17
C. Telaah Pustaka 32
BAB III METODE PENELITIAN **36**
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian 36
B. Tempat dan Waktu Penelitian 37

Perpustakaan IAIN Pekalongan

C. Sumber Data Penelitian 37
D. Metode Pengumpulan Data 38
E. Metode Analisis Data 39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 54
A. Profil KSPPS BMT Mitra Umat 54
1. Sejarah KSPPS BMT Mitra Umat 54
2. Visi dan Misi KSPPS BMT Mitra Umat 57
3. Maksud Dan Tujuan BMT Mitra Umat 58
4. Arti Lambang BMT Mitra Umat 58
5. Struktur Organisasi KSPPS BMT Mitra Umat 60
6. Produk-Produk Simpanan KSPPS BMT Mitra Umat 60
7. Tugas dan Tanggung jawab 72
B. Pembahasan 64
1. Strategi Pemasaran 64
2. Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman 74
3. Perumusan Strategi Pemasaran Produk Simpanan Fitri pada BMT Mitra Umat 86
4. Implikasi Manajerial 94
BAB V PENUTUP .....
A. Simpulan 98
B. Saran 100
DAFTAR PUSTAKA 101
LAMPIRAN

Perpustakaan IAIN Pekalongan
Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara
Lampiran 2	Transkrip Wawancara
Lampiran 3	Dokumentasi Foto
Lampiran 4	Brosur Produk BTM Pekalongan
Lampiran 5	Surat Permohonan Survei
Lampiran 6	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 7	Daftar Riwayat Hidup

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

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 keungan modern yaitu menerima deposit, menyalurkan dana dan mentransfer secara umum.

Lembaga keungan syariah pada dasarnya adalah pengembangan dari konsep ekonomi Islam, terutama dalam bidang keuangan. Hal ini berarti secara makro lembaga syariah adalah institusi keuangan yang memposisikan diri sebagai pemain aktif dalam mendukung dan memainkan kegiatan investasi di mayarakat sekitarnya. Dalam kacamata 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.

Perpustakaan IAIN Pekalongan
Perpustakaan IAIN Pekalongan

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 memobilitasi 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. Konsekuesinya, 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 Mitra Umat bermula dari gagasan anak-anak muda pekalongan, dari berbagai kecamatan di pekalongan. Bermula dari seringnya

---

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

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

Perpustakaan IAIN Pekalongan
Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

mereka berkumpul berdiskusi dan rapat membahas tentang pendirian mitra umat. Pemikiran dari semua personil yang terlibat dalam pertemuan, diskusi dan rapat-rapat adalah menjadi bermakna dan sangat penting bagi terbentuknya KSPPS BMT Mitra Umat.

Basis idealisi atau pemikiran dari pertemuan, diskusi dan rapat-rapat tersebut adalah bagai mana caranya menghilangkan rentenir atau bank tongol dalam kehidupan masyarakat yang sangat menjerat kehidupan ekonominya, atau paling tidak bagaimana memberikan suatu solusi alternatif lain yang diharapkan dapat menandingi bank tongol tersebut. Alhasil pemikiran lebih dikerucutkan pada suatu bentuk kelembagaan keuangan mikro yang berbasis Syariah.

Pada tahun 1995 konsep Baitul Maal Tamwil yang dikembangkan oleh ICMI yang memiliki kecenderungan yang sangat tepat untuk mengemukakan kelembagaan tersebut dalam menandingi bank tongol. Alhasil lagi berhasil dirumuskan suatu filosofis gerakan untuk mengembangkan ekonomi secara Syariah, untuk turut serta mengentaskan kemiskinan melalui gerakan BMT, dan memerangi bank tongkol atau rente. Hingga sampai pada perkembangan terkini KSPPS BMT Mitra Umat mencoba untuk terus menerus komit terhadap karakter Syariah.[5]

Dalam kegiatan pemasaran, tentu terlebih dahulu untuk menyusun perencanaan yang strategis untuk memberi arah terhadap kegiatan perusahaan yang menyeluruh yang harus didukung dengan rencana pelaksanaan yang

[5] Bmtmitraumat.com di akses pada tanggal 18 febuari 2020 pukul 11.01

lebih rinci di bidang-bidang kegiatan perusahaan, namun dengan syarat rencana itu tidak bertentangan dengan syariat Islam. Ditandaskan 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).[6]

Simpanan si fitri merupakan simpanan berjangka untuk orang dewasa, simpanan ini dimaksud sebagai suatu sarana penyimpanan keuangan untuk mempersiapkan kebutuhan keuangan pada hari raya idul fitri.[7]

Berdasarkan data dari Bapak Sugiyono selaku supervisor simpanan KSPPS BMT Mitra Umat Pekalongan jumlah nasabah di cabang panjang pada produk SIFITRI tahun 2018, 2019, 2020 sebagai berikut:[8]

---

[6] https://akmalaziz.wordpress.com/2014/01/09/pemasaran-dalam-perspektif-islam/ di akses pada tanggal 2 febuari 2020 pukul 10.00

[7] Bmtmitraumat.com di akses pada tanggal 18 febuari 2020 pukul 11.01

[8] Sugiyono, Supervisor simpanan KSPPS BMT Mitra Umat Pekalongan, Wawancara pribadi tanggal 20 April 2020.

Perpustakaan IAIN Pekalongan
Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah SIFITRI Pada Tahun 2018-2020 di KSPPS BMT Mitra Umat Cabang Panjang Pekalongan.

No	Tahun	Jumlah nasabah
1	2018	1516
2	2019	1658
3	2020	1995

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh lagi mengenai mekanisme pemasaran produk SIFITRI agar diperoleh gambaran-gambaran tentang hal tersebut. Oleh karena itu maka penulis mengambil judul dalam penulisan tugas akhir ini **"ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIFITRI (SIMPANAN IDUL FITRI) DI KSPPS BMT MITRA UMAT CABANG PANJANG PEKALONGAN"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah terurai diatas, maka secara spesifik penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi pemasaran produk produk SIFITRI (Simpanan Idul Fitri) yang dilaksanakan oleh KSPPS BMT Mitra Umat?
2. Strategi pemasaran apakah yang paling efektif untuk produk produk SIFITRI (Simpanan Idul Fitri) bagi KSPPS BMT Mitra Umat?

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah:

a Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pemasaran produk SIFITRI (Simpanan Idul Fitri) KSPPS BMT Mitra Umat.

b Memberikan alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk produk SIFITRI (Simpanan Idul Fitri) bagi KSPPS BMT Mitra Umat.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian yang akan disusun ini memiliki nilai guna baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya

a. Manfaat Praktis

1) Bagi pihak KSPPS BMT Mitra Umat cabang Panjang, sebagai media untuk mengenalkan produk-produk kepada masyarakat terutama produk SIFITRI.

2) Bagi peneliti, dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan kemampuan mahasiswa dalam menganalisis karya ilmiah serta menambah pengetahuan mengenai produk SIFITRI.

3) Bagi pembaca, menambah informasi dan wawasan pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca.

b. Manfaat Teoritis

1) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan referensi terhadap ilmu perbankan syariah dan ilmu keuangan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

yang berkaitan dengan produk Sifitri (Simpanan Idul Fitri). Selain itu juga, untuk menambah wawasan bagi peneliti lain yang akan menilite mengenai perbankan Syariah.

E. Sistematika Penulisan

Sebagaimana yang telah diuraikan, untuk memperoleh hasil penelitian tugas akhir yang disusun secara sistematis, maka penulis akan menyusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dijabarkan mengenai tentang teori perbankan syariah, pembiayaan bermasalah, dan akad *murabahah*.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijabarkan mengenai alur penelitian yang akan dilakukan penulis, meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, *setting* penelitian, subjek dan informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bagian mengenai hasil penelitian dan pembahasan, yang berisi gambaran tentang BTM Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan
Perpustakaan IAIN Pekalongan

Cabang Talun (latar belakang berdirinya BTM Pekalongan Cabang Talun, visi dan misi, struktur organisasi di BTM Pekalongan Cabang Talun). Selanjutnya juga akan memaparkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis penyelesaian pembiayaan bermasalah pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di bidang pertanian dengan akad *murabahah* di BTM Pekalongan Cabang Talun.

BAB V PENUTUP

Bab ini berfungsi simpulan serta saran-saran sebagai bahan masukan dan sumbangan fikiran kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Perpustakaan IAIN Pekalongan
Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari analisis data dan uji hipotesis pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a) Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan BMT Mitra Umat adalah citra perusahaan yang baik, SDM yang berkualitas, produk tabungan BSM dengan fitur yang menarik, bagi hasil yang kompetitif, pemegang saham BSM terdiri dari pemilik modal yang kuat serta kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan fasilitas tabungan fitri. Faktor internal yang menjadi kelemahan adalah masih kurangnya jumlah kantor, kerjasama dengan *channelling* belum menggunakan layanan perbankan syariah secara umum, dan citra (image) BMT Mitra Umat di masyarakat sebagai bank yang diperuntukkan hanya untuk orang Islam. Faktor eksternal yang menjadi peluang adalah perluasan jaringan perbankan syariah, luasnya pangsa pasar bank syariah secara nasional, masyarakat mulai tertarik pada sistem perbankan syariah, dan tingginya tingkat populasi penduduk yang beragama Islam. Faktor eksternal yang menjadi ancaman adalah semakin banyak BMT, Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah yang tumbuh di Indonesia, semakin lengkap dan inovatif fitur produk bank pesaing yang dilengkapi dengan teknologi canggih, minimnya SDM yang kompeten dalam bidang perbankan syariah, dan semakin gencarnya promosi bank syariah kompetitor.

b) Berdasarkan analisis SWOT, diperoleh beberapa strategi. Strategi SO (kekuatan-peluang) yang dihasilkan adalah meningkatkan kualitas produk dengan tetap mempertahankan sistem bagi hasil yang kompetitif dan memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan fasilitas simpanan fitri (Idul Fitri) agar nasabah tetap loyal. Strategi WO (kelemahan-peluang) yang dapat dilakukan adalah menambah kantor cabang pembantu maupun kantor kas khususnya di daerah Pekalongan. Meningkatkan pelayanan yang sudah terjalin dengan *channelling* untuk mempermudah transaksi yang dilakukan nasabah. Strategi ST (kekuatan-ancaman) yang diperoleh adalah menambah fitur-fitur produk dengan memanfaatkan teknologi secara optimal serta mempertahankan kualitas SDM untuk dapat memberikan pelayanan yang baik agar dapat menghadapi persaingan, mempertahankan pemegang saham, yang merupakan pemilik modal yang kuat serta mempertahankan citra perusahaan yang baik dan terus ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat bersaing dengan para kompetitor yang terus bertambah. Strategi WT (kelemahan-ancaman) yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kegiatan promosi yang sudah dilakukan agar produk lebih dapat bersaing dengan produk kompetitor.

c) Dari hasil penelitian dan berdasarkan QSPM diperoleh alternatif strategi pemasaran yang terbaik adalah *market penetration strategy*.

Perpustakaan IAIN Pekalongan
Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

B. Saran

a) Berdasarkan alternatif strategi penetrasi pasar, BMT Mitra Umat sebaiknya melakukan strategi ini secara intensif agar dapat meningkatkan volume penjualan dengan terus mengoptimalkan kegiatan pemasaran dengan melakukan kegiatan promosi dengan lebih efektif dan efisien. Promosi juga perlu didukung dengan anggaran untuk mendukung kegiatan tersebut, misalnya melalui penyediaan brosur saat membuka gerai saat mengikuti acara seminar atau kegiatan (*event*) lainnya agar calon nasabah bisa mengetahui dan mempelajari produk-produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi tersebut dengan cara penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), periklanan (*advertising*), dan publisitas (*publicity*) serta menambah jumlah kantor cabang pembantu maupun kantor kas serta menambah jumlah ATM agar memberikan kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi.

b) BMT Mitra Umat sebaiknya terus menambah inovasi fitur produk dan fasilitas, khususnya memberikan program-program menguntungkan yang belum terealisasikan. Diharapkan BMT Mitra Umat bisa mengeluarkan program-program menguntungkan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan nasabah sebagai daya tarik nasabah.

c) BMT Mitra Umat juga sebaiknya terus meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki perusahaan. Melatih SDM agar berkualitas, proses rekrutmen yang kompeten serta melaksanakan program evaluasi dan perbaikan untuk terus mengembangkan potensi SDM yang menjadi pendukung untuk mewujudkan tujuan perusahaan di masa mendatang.

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Abbas, Anam dan Naeemi, Zahra. 2011. Cheating behavior among undergraduate students. International Journal of Business and Social Science. Volume 2, Nomor 3, 246-254.

Anshori, Abdul Ghofur. T.Th. *Perbankan Syariah Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik.* Jakarta: Gema Insani.

Ascarya. 2006. *Akad dan Produk Lembaga Keuangan.* Jakarta: PT Rajawali Press.

Assauri, Sofjan. 1993. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Rajawali, 1993.

Azwar, Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Basu, Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern* Yogyakarta: Liberty offset.

Bryson, John. M. 2007. Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial. Yogyakarta

Bungin, M. Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.

Freddy *Rangkuti*, *2008*, The Power Of Brands, Jakarta : Penerbit Gramedia

Hasibuan, Malayu S.P. 2007. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hurriyah, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.* Bandung.

Juhaya. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.

Karim, Adiwarman A. 2010. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group. cet. 3.

Kotler, Philip dan A. B. Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian.* Jakarta: Salemba Empat. Jilid 1.

Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Managemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Muhammad. 2002. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Philip, Kotler & Keller Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga. Edisi 13.

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.

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

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

Umar, Husein.2003. Metodologi Penelitian:Aplikasi dalam Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

JURNAL DAN TUGAS AKHIR

Ektikasari, Lina. 2013. "*Strategi Promosi Yang Diterapkan Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Bina Insani Mandiri"*. TA. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Hafidzhuddin, Dzikri. 2016. "*Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan (SIRENCANA) di BMT Hudatama Semarang"*. TA. Semarang: UIN Walisongo.

Hidayah, Tiya Bidayatul. 2017. "Strategi Promosi Penjualan Dan Penjualan Pribadi Pada Produk Sidik (simpanan pendidikan) di KSPPS SM NU CABANG

Perpustakaan IAIN Pekalongan
Perpustakaan IAIN Pekalongan

BOJONG". *Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah*. Pekalongan: Perpustakaan IAIN Pekalongan.

Masykur, Muh. Nahdudin. 2017. "*Pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah dana pihak ketiga BMT SM NU Taman Pemalang*", Tugas Akhir D3 Perbankan Syariah. Pekalongan: Perpustakaan IAIN Pekalongan.

Pribadi, Sandy Reza. 2016. "*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPLE) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto"*. TA. Purwokerto: IAIN Purwokerto.

Suryaningsih, Kiky. 2015. "*Strategi pemasaran Produk simpanan siswa Pendidikan pada BMT Bina Umat Sejahtera Cabang Semarang"*. TA. Semarang: UIN Walisongo.

Tias, Disa Suryaning. 2018. "*Strategi Pemasaran Produk Simpanan Free Umroh Berbasis Akad Mudharabah di Koperasi Simpan Pinjam Giri Muria Group Kudus"*. TA. Semarang: UIN Walisongo.

Zuhria, Lia Fuada. 2014. "*strategi pemasaran produk simpanan hasanah arisan di BMT Mitra Hasanah Genuk Semarang"*. TA. Semarang: UIN Walisongo.

INTERNET

Bmtmitraumat.com di akses pada tanggal 18 febuari 2020 pukul 11.01

https://akmalaziz.wordpress.com/2014/01/09/pemasaran-dalam-perspektif-islam/ di akses pada tanggal 2 febuari 2020 pukul 10.00

Perpustakaan IAIN Pekalongan
Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

Nama Narasumber : Sugiyono

Jabatan : Supervisor Simpanan

1. Bagaimana sejarah KSPPS BMT Mitra Umat Cab.Panjang?
2. Apakah yang menjadi visi dan misi KSPPS BMT Mitra Umat Cab. Panjang?
3. Apa saja produk Simpanan yang ada di KSPPS BMT Mitra Umat Cab. Panjang?
4. Simpanan apa saja yang paling banyak diminati di KSPPS BMT Mitra Umat Cab. Panjang?
5. Akad apa yang digunakan pada SIFITRI di KSPPS BMT Mitra Umat Cab. Panjang?
6. Bagaimana dengan peminat untuk SIFITRI di KSPPS BMT Mitra Umat Cab. Panjang?
7. Keunggulan apa yang dimiliki SIFITRI di KSPPS BMT Mitra Umat Cab. Panjang?
8. Berapa banyak jumlah anggota pada SIFITRI di KSPPS BMT Mitra Umat Cab. Panjang?
9. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS BMT Mitra Umat Cab. Panjang?
10. Kendala apa saja yang dihadapi oleh KSPPS BMT Mitra Umat Cab. Panjang?
11. Kekurangan apa yang dimiliki SIFITRI di KSPPS BMT Mitra Umat Cab. Panjang?
12. Kenapa nasabah harus menjadi nasabah BMT Mitra Umat dengan produk sifitri?
13. Bagaimana BMT Mitra Umat memanfaatkan peluang yang ada untuk mencari nasabah yang sebanyak-banyaknya terutama produk tersebut?

14. Apakah persyaratan untuk ikut program sifitri itu susah? apa saja persyaratanya?
15. Bagaimana BMT Mitra Umat bersaing dengan lembaga keuangan lain memiliki produk bank yang sama yaitu sifitri?
16. Keuntungan yang di dapatkan nasabah jika ikut program siftiri?
17. Bagaimana promosi yang di lakukan BMT agar nasabah tertarik mengikuti program tab tersebut?

Perpustakaan IAIN Pekalongan
Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PEKALONGAN
Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: M. HARIS SUKMA PUTRA
NIM	: 2012116121
Jurusan/Prodi	: D3 PERBANKAN SYARIAH /FEBI
E-mail address	: muhammadharissukmaputra@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Tugas Akhir ☐ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIFITRI (SIMPANAN IDUL FITRI) DI KSPPS BMT MITRA UMAT CABANG PANJANG PEKALONGAN

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 25 November 2019

M. HARIS SUKMA PUTRA
NIM. 2012116121

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk
(*Flashdisk dikembalikan*)