



**ANALISIS *MARKETING MIX* PADA PRODUK SIMPANAN
TARBIYAH DI KSPPS BMT BAHTERA CABANG BATANG**

TUGAS AKHIR

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



Oleh :

YULI TANIA
NIM. 2012115133

**JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2018**



**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuli Tania
NIM : 2012115133
Judul Tugas Akhir : ANALISIS *MARKETING MIX* PADA
PRODUK SIMPANAN TARBIYAH DI KSPPS
BMT BAHTERA CABANG BATANG

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil karya penulis 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, 11 Februari 2019

Yang Menyatakan



YULI TANIA
NIM: 2012115133

NOTA PEMBIMBING

H. Tamamudin, S.E, M. M

Jl. KH. A Dahlan No. 332

Tirto Pekalongan.

Lampiran : 3 (tiga) eksemplar
Hal : **Naskah Tugas Akhir**
Sdri. Yuli Tania

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:

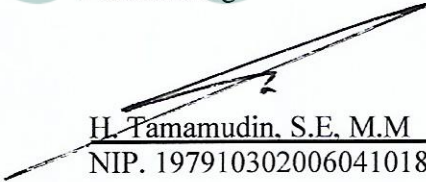
Nama : **Yuli Tania**
NIM : **2012115133**
Judul : **Analisis *Marketing Mix* Pada Simpanan Tarbiyah di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang**

Dengan ini saya mohon agar Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

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

Wassalamu'alaikun Wr. Wb

Pekalongan, 6 Desember 2018
Pembimbing


H. Tamamudin, S.E, M.M
NIP. 197910302006041018



**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 : **YULI TANIA**
NIM : **2012115133**
Judul Tugas Akhir : **ANALISIS *MARKETING MIX* PADA
PRODUK SIMPANAN TARBIYAH DI KSPPS
BMT BAHTERA CABANG BATANG**

Yang telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 27 Desember 2018 dan
dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Ahli Madya (A.Md) dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Ahmad Syukron, M.E.I.
NIP. 197110152005011003


Alvita Tyas Dwi Aryani, M.SI.
NIP. 19840612201608D2102

Pekalongan, 11 Februari 2019

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 1975022019999032001



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi 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 | tidak dilambangkan |
| ب | ba | B | be |
| ت | ta | T | te |
| ث | sad | s | es (dengan titik di atas) |
| ج | jim | J | je |
| ح | ha | h} | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | kha | KH | ka dan ha |
| د | dal | D | de |
| ذ | zal | z | zet (dengan titik di atas) |
| ر | ra | R | er |
| ز | zai | Z | zet |
| س | sin | S | es |
| ش | syin | Sy | es dan ye |



| | | | |
|---|--------|---|-----------------------------|
| ص | sad | ş | es (dengan titik di bawah) |
| ض | dad | đ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ta | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | za | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ain | ‘ | koma terbalik (di atas) |
| غ | gain | G | Ge |
| ف | fa | F | Ef |
| ق | qaf | Q | Ki |
| 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 | Vokal rangkap | Vokal anjang |
|---------------|---------------|--------------|
| أ = a | | أ = ā |
| إ = i | أي = ai | أي = ū |
| أ = u | أو = au | أو = ī |

3. Ta Marbutah



Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

فاطمة ditulis *fātimah*

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

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

Contoh:

رَبَّنَا ditulis *rabbanā*

الْبِرر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ 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 syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البدیع ditulis *al-badī*

الجلال 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:

أمرت ditulis *umirtu*

شيءٍ ditulis *syai’un*

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah menuntun, memberian 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. Bapak Ngasdi Ibu Musripah, dan Bapak Budi Teguh Ibu Mulia yang selalu mendoakan setiap langkahku. Terima kasih atas kesabaran, pengorbanan dan semua yang telah kalian berikan kepadaku demi tercapainya apa yang aku harapkan.
2. Kakakku Yunan dan Adekku Tia dan Gantang, 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. Semua sahabatku Nova, MbK laras, Caca, Desi, Ria dan Santi yang telah memberikan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung.
5. Teman-teman D3 Perbankan Syariah IAIN Pekalongan angkatan 2015 yang saling memberikan *support* dalam mengapai apa yang kita harapkan.
6. Seluruh pihak yang telah terlibat dan berkontribusi dalam penusunan Tugas Akhir ini.



MOTTO

“ Daripada mengkhawatirkan apa yang orang katakan tentang anda, mengapa tidak menghabiskan waktu untuk berusaha meraih sesuatu yang mereka akan kagumi.”

(Dale Carnige)

“ Disaat aku melibatkan tuhan disetiap urusan dan dalam keadaan apapun, sesulit apapun, situasi apapun. Tidak ada hal yang tidak mungkin, Sekalipun gagal menjadi suatu keberhasilan Bisa terwujud.”

(Kata Mutiara)

ABSTRAK

Nama : Yuli Tania

Nim : 2012115133

Judul : ANALISIS *MARKETING MIX* PADA PRODUK SIMPANAN
TARBIYAH DI KSPPS BMT BAHTERA CABANG BATANG

Pembimbing: H. TAMAMUDIN

Tabungan tarbiyah merupakan simpanan yang ditunjukkan kepada lembaga pendidikan, orang tua dari siswa-siswi dan wali kelas. Penarikannya hanya dapat dilakukan pada akhir tahun ajaran yaitu pada bulan juni. Simpanan yang menggunakan akad mudharabah ini dibagi menjadi 2 (dua) yaitu tabungan tarbiyah plus (pribadi) dan tabungan tarbiyah lembaga. Tabungan ini berfungsi sebagai simpanan rencana biaya pendidikan sehingga setorannya menyesuaikan dengan kebutuhan rencana pendidikan calon anggotanya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), Maka penulis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sumber data diperoleh melalui sumber data primer, dan sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan KSPPS BMT Bahtera cabang Batang yang berkenan langsung membahas permasalahan. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari referensi berupa buku-buk dan informasi-informasi lainnya. Tehnik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Tehnik keabsahan datanya melalui triangulasi. Analisis datanya menggunakan metode analisis kualitatif yaitu setelah data terkumpul kemudian diuraikan dan dikumpulkan dengan metode deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa KSPPS BMT Bahtera cabang Batang menerapkan elemen 7P dalam bauran pemasaran yang meliputi: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*) untuk meningkatkan jumlah nasabah setiap tahunnya. Selain menerapkan strategi *marketing mix* pada produk simpanan tarbiyah di KSPPS BMT Bahtera cabang Batang menerapkan analisis SWOT produk simpanan tarbiyah sebagai produk unggulan di KSPPS BMT Bahtera cabang Batang.

Kata Kunci: Analisis, Marketing Mix, Produk



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul *Analisis Marketing Mix Pada Produk Simpanan Tarbiyah di KSPPS BMT BAHTERA Cabang Batang.*

Denga selesainya Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini jauh dari kesempurnaan dan banyak bantuan-bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag. selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak H. Tamamudin, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan D3 Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak Agus Fakhрина, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
5. Bapak H. Tamamudin, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir membimbing penulis hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
6. Bapak Drs. HM. Muslih Husen, M. Ag. selaku Wali Dosen yang senatiasa memberikan bimbingan dan dorongan.

7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang senantiasa memberikan ilmunya yang sangat berharga, memberikan bimbingan dan arahan kepada saya selama menjadi mahasiswi.
8. KSPPS BMT BAHTERA Cabang Batang yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
9. Bapak Ngasdi dan Ibu Mulia serta keluargaku yang selalu mendoakan demi terselesaikannya 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 mengharapkan kritik dan saran.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 11 Februari 2019

Penulis


Yuli Tania

NIM. 2012115133

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| NOTA PEMBIMBING | iii |
| PENGESAHAN | iv |
| PEDOMAN TRANSLITERASI | v |
| PERSEMBAHAN | ix |
| MOTTO | x |
| ABSTRAK | xi |
| KATA PENGANTAR | xii |
| DAFTAR ISI | xiv |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR GRAFIK | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xix |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 6 |
| E. Penegasan Istilah | 7 |
| F. Sistematika Penulisan | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. <i>Marketing Mix</i> | 12 |



| | |
|---|----|
| 1. Pengertian <i>Marketing Mix</i> | 12 |
| 2. Tujuan <i>Marketing Mix</i> | 14 |
| 3. Fungsi <i>Marketing Mix</i> | 16 |
| 4. Konsep-konsep <i>Marketing Mix</i> | 17 |
| 5. Elemen-elemen <i>Marketing Mix</i> | 21 |
| B. Analisis SWOT | 29 |
| C. Telaah Pustaka | 33 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Metode Penelitian | 38 |
| 1. Jenis Penelitian | 38 |
| 2. Pendekatan Penelitian | 38 |
| 3. Lokasi Penelitian | 39 |
| 4. Sumber Data | 39 |
| 5. Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 6. Teknik Pengecekan Keabsahan Data | 32 |
| 7. Metode Analisis Data | 42 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. HASIL PENELITIAN..... | 43 |
| 1. Sejarah Berdirinya KSPPS BMT BAHTERA | 43 |
| 2. Visi dan Misi KSPPS BMT BAHTERA Cabang Batang | 47 |
| 3. Kantor Cabang KSPPS BMT BAHTERA | 47 |
| 4. Profil KSPPS BMT BAHTERA | 49 |
| 5. Struktur KSPPS BMT BAHTERA Cabang Batang..... | 51 |
| 6. Produk- produk KSPPS BMT BAHTERA Cabang Batang | 53 |
| 7. Grafik Jumlah nasabah Simpanan Tarbiyah BMT BAHTERA Cabang Batang | 56 |
| B. PEMBAHASAN | 57 |



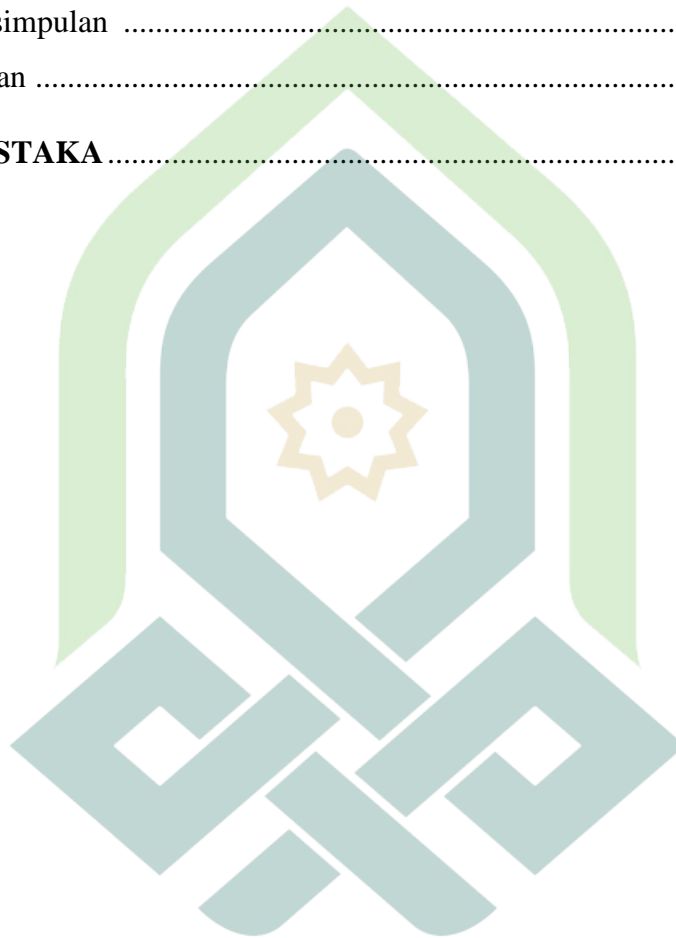
| | |
|---|----|
| 1. Penerapan Marketing Mix pada Produk Simpanan Tarbiyah KSPPS BMT BAHTERA Cabang Batang | 57 |
| 2. Analisis SWOT pada Produk Simpanan Tarbiyah KSPPS BMT BAHTERA Cabang Batang | 67 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 72 |
| B. Saran | 74 |

| | |
|-----------------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
|-----------------------------|----|

LAMPIRAN





DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Perkembangan Simpanan Tarbiyah | 4 |
| Tabel 2.1 Tabel Matrik SWOT | 31 |
| Tabel 2.2 Telaah Pustaka | 33 |



DAFTAR GRAFIK

Tabel 4.1 Grafik Jumlah Nasabah di KSPPS BMT Bahtera 56





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara

Lampiran 2 Surat Pengantar Penelitian dari IAIN Pekalongan

Lampiran 3 Surat keterangan telah melaksanakan penelitian dari KSPPS BMT

BAHTERA Cabang Batang

Lampiran 4 Slip Setoran dan Slip Penarikan

Lampiran 5 Aplikasi Pembukaan Rekening

Lampiran 6 Fotokopi Brosur KSPPS BMT BAHTERA Cabang Batang

Lampiran 7 Foto Pendukung Pelaksanaan Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Baitul Maal wat Tamil (BMT), merupakan lembaga keuangan mikro (LKM) syariah mengalami perkembangan cukup pesat sejak akhir tahun 1990an sebagai alat pembangunan ekonomi yang bertujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Di antara konsep pemasaran yang diterapkan oleh BMT adalah strategi *marketing mix*. Strategi ini memerlukan kerja sama para anggota BMT dalam melakukan pemasaran produk secara efektif, efisien, menarik dan mudah dipahami oleh semua kalangan masyarakat.¹

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan tergantung pada keahlian perusahaan dibidang pemasaran, produk keuangan, maupun bidang lainnya. Selain itu juga tergantung pada kemampuan perusahaan untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar.²

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi

¹Philip Kotler dan GeryAmstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-8 (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 75.

²Basu Swastha dan Irwan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Ke-2 (Yogyakarta: Liberty, 2008), hlm. 5

penting dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar dalam melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya dan melakukan beberapa strategi pemasaran dalam upaya mempermudah akses nasabah dalam bertransaksi sehingga berupaya dalam meningkatkan jumlah nasabah.³

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen atau meningkatkan jumlah nasabah terutama produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.⁴

Dengan menggunakan strategi *marketing mix* (Bauran Pemasaran) produk yang diluncurkan menyesuaikan kebutuhan dan keinginan nasabah. Mempertimbangkan bagi hasil yang lebih menarik dengan lembaga yang lain, serta menentukan tempat yang strategis agar dalam pemasaran dapat berjalan seefektif mungkin dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Konsep pemasaran menegaskan bahwa kami untuk mencapai sasaran organisasi adalah perusahaan harus menjadi lebih efektif dibanding para

³Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 59.

⁴Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm. 60.

pesaing dalam menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasi sifat pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.⁵

BMT Bahtera Cabang Batang berperan aktif sebagai lembaga ekonomi mikro di bidang jasa keuangan syariah yang melayani simpanan dan pembiayaan. Dalam menjalankan kegiatan pemasaran produk, BMT Bahtera Cabang Batang berusaha memaksimalkan agar setiap produk yang diluncurkan atau dipasarkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Salah satunya adalah produk simpanan yaitu simpanan tarbiyah.

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasarannya yang di miliki. Konsep pemasaran mempunyai perangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu lebih dikenal dengan *Marketing mix* (bauran pemasaran). Menurut Kotler *Marketing mix* adalah perangkat alat pemasaran factor yang dapat di kendalikan *product, price, promotion, place* yang dapat dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.⁶

Berdasarkan pengalaman peneliti yang melakukan penelitian di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang, KSPPS BMT Bahtera memiliki produk simpanan yang menggunakan akad mudharabah. Secara teknis, *al-mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama

⁵Philip Kotler dan GeryAmstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran...*, hlm. 76

⁶M. Nur Rianto AI Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Jakarta: CV. Alfabeta, 2010), hlm. 14.

(*shahibul mal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.

Produk yang menjadi koncern peneliti adalah Simpanan tarbiyah lembaga dan Simpanan tarbiyah pribadi. Simpanan tarbiyah lembaga adalah simpanan yang di tunjukan kepada lembaga pendidikan seperti sekolah untuk menyediakan sarana tabungan kepada para siswa-siswi. Sedangkan simpanan tarbiyah pribadi adalah simpanan yang di tunjukan kepada orang tua yang hendak menyimpan dana guna untuk keperluan merencanakan biaya pendidikan putra-putri. Mekanisme dari simpanan tarbiyah adalah pembukaan rekening pada awal tahun ajaran baru dan penutupan rekening di laksanakan pada akhir tahun ajaran.⁷ Berikut ini tabel perkembangan simpanan tarbiyah dan data jumlah nasabah di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.

Tabel 1.1 Perkembangan Simpanan Tarbiyah dan data jumlah nasabah untuk masing-masing produk dari KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang periode tahun 2015-2017.⁸

| No | Produk Simpanan | Periode 2015 | Periode 2016 | Periode 2017 |
|----|------------------|--------------|--------------|--------------|
| 1 | Simpanan Samudra | 2.510 | 1.094 | 1.222 |
| 2 | Simpanan Sahara | 1.474 | 1.494 | 1.778 |
| 3 | Simpanan Saqura | 63 | 74 | 89 |
| 4 | Simpanan Miladia | 216 | 111 | 100 |

⁷Brosur KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang

⁸Dokumen dari BMT Bahtera Cabang Batang

| | | | | |
|----|---------------------|-----|-----|-------|
| 5 | Simpanan Wadiah | 11 | 59 | 79 |
| 6 | Simpanan Tarbiyah | 158 | 212 | 227 |
| 7 | Simpanan Safira | 127 | 101 | 110 |
| 8 | Simpanan Pembiayaan | 636 | 110 | 1.056 |
| 9 | Simpanan Sakinah | 11 | 874 | 9 |
| 10 | Simpanan BBM | 16 | 11 | 32 |

Sumber: Dokumen BMT Bahtera Cabang Batang.

Berdasarkan data terakhir tahun 2017, jumlah total nasabah simpanan tarbiyah di BMT Bahtera Cabang Batang sebanyak 227 orang, tahun 2016 sebanyak 212 orang, dan tahun 2015 sebanyak 158 orang. Setiap tahun simpanan tarbiyah mengalami kenaikan jumlah nasabah. Jadi strategi pemasaran simpanan tarbiyah di BMT Bahtera Cabang Batang telah berhasil mencapai tujuan. Tujuan simpanan tarbiyah pada dasarnya untuk menarik minat masyarakat agar menjadi anggota BMT, sehingga bagi hasil yang di peroleh akan maksimal. Hal ini tersebut telah terbukti dengan jumlah peningkatan dari tahun ke tahun yang semula pada tahun 2015 dengan jumlah nasabah 158 orang, pada tahun 2016 dengan jumlah nasabah 212 orang, dan pada tahun 2017 jumlah total nasabah menjadi 227.

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik mengambil judul “ Analisis *Marketing Mix* Pada Produk Simpanan Tarbiyah Di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang” karena didasari alasan perkembangan pemasaran produk simpanan tarbiyah di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian tugas akhir (TA) ini yaitu :

1. Bagaimana Penerapan *Marketing Mix* pada Produk Simpanan Tarbiyah Di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang?
2. Bagaimana Analisis SWOT pada Produk Simpanan Tarbiyah Di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui penerapan *marketing mix* pada produk simpanan Tarbiyah di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.
- b. Untuk mengetahui analisis SWOT pada produk simpanan Tarbiyah di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.

2. Kegunaan Penelitian

1) Secara praktis

- a. Untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang ekonomi terutama di bidang pemasaran jasa di dunia perbankan.
- b. Sebagai evaluasi terhadap perkembangan strategi *marketing mix* pada produk simpanan tarbiyah di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.

2) Secara teoritis

Untuk mengembangkan keilmuan tentang analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) pada produk simpanan tabiyah di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang serta mampu memberikan wawasan kepada pembaca dan masyarakat. Hasil penelitian ini penulis berharap dapat menjadi dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi mahasiswa dan pihak yang membutuhkan.

D. Penegasaan Istilah

Untuk memperjelas dan agar tidak terjadi kesalah pahaman, maka di bawah ini penulis akan mempertegas beberapa istilah yang tercantum dalam judul penelitian.

1. Analisis

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabahnya) induk pikiranya.⁹

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) adalah Elemen-elemen pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.¹⁰ Elemen-elemen

⁹Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), hlm. 32.

¹⁰Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000), hlm. 231.

pemasaraan terdiri dari 7P yaitu : produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), proses (*process*).

3. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.¹¹

4. Simpanan Tarbiyah

Pengertian Simpanan yang berfungsi untuk persiapan biaya pendidikan putra-putri menjelang tahun ajaran baru, jumlah setoran dapat direncanakan sesuai kebutuhan pendidikan, pengelolaan dana dengan prinsip mudharabah.¹²

5. KSPPS BMT Bahtera

Merupakan salah satu lembaga keuangan ekonomi mikro syariah yang melaksanakan kegiatan ekonomi masyarakat kecil yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah.

Analisis *marketing mix* merupakan sesuatu yang menjadikan pola pikir yang sudah di kembangkan KSPPS BMT Bahtera cabang Batang,

¹¹Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (Jakarta: Erlangga, Jilid 2, Edisi Keenam), hlm. 54.

¹²Hasil wawancara dengan Ibu Diah Rusmi aiyah S.E (Marketing Pendanaan) BMT Bahtera cabang Batang, pada tanggal 5 Februari 2018, pukul 10.00 WIB



supaya hal tersebut dapat digunakan untuk menekan pangsa pasar yang ada. Karena dengan *marketing mix*, strategi pemasaran yang di lakukan menjadi lebih teratur, baik dalam rencana perluncuran produk maupun pengembangan produk. Produk simpanan tarbiyah di KSPPS BMT Bahtera cabang Batang merupakan salah satu produk simpanan dari KSPPS BMT Bahtera cabang Batang yang menggunakan akad *mudharabah* dengan mekanisme bagi hasil yang telah di tentukan pada awal perjanjian.



E. Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan dasar dan arah serta permasalahan yang akan di bahas penulis yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan umum tentang *marketing mix* yang meliputi pengertian *marketing mix*, tujuan *marketing mix*, fungsi *marketing mix*, konsep-konsep *marketing mix*, elemen-elemen *marketing mix*, dan analisis SWOT dan telaah pustaka.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

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

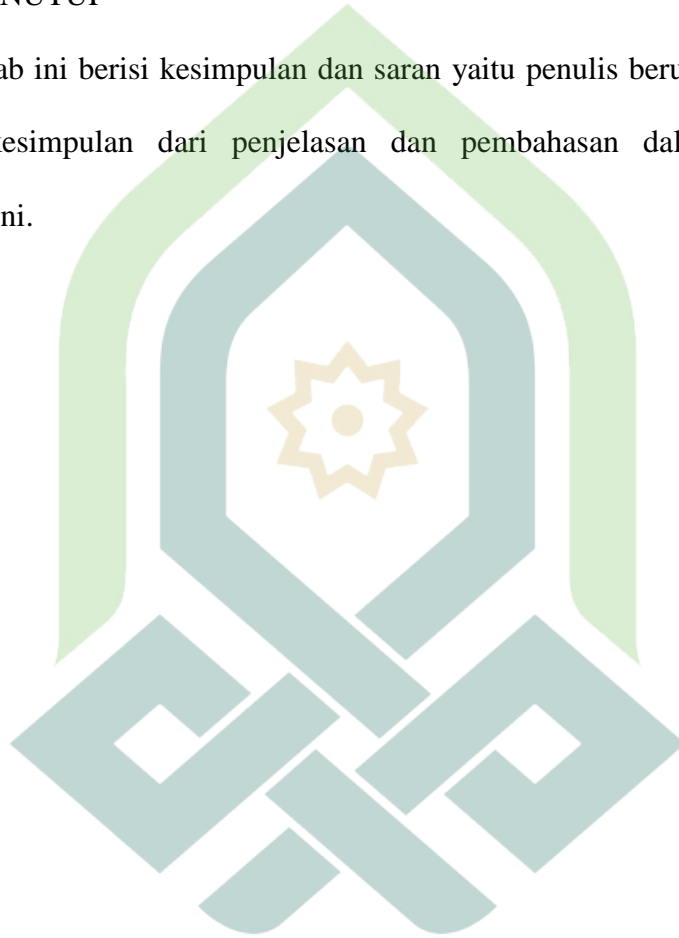
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bagian mengenai hasil penelitian dan pembahasan, yang berisi gambaran umum tentang KSPPS BMT Bahtera Pekalongan (latar belakang berdirinya KSPPS BMT Bahtera Pekalongan, visi dan misi, profil KSPPS BMT Bahtera Pekalongan, struktur KSPPS BMT Bahtera dan produk-

produk KSPPS BMT Bahtera dan grafik jumlah nasabah pada simpanan tarbiyah. Selanjutnya juga akan memaparkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis *marketing mix* pada produk simpanan tarbiyah di KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yaitu penulis berusaha mencoba menarik kesimpulan dari penjelasan dan pembahasan dalam penulisan penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan BMT Bahtera cabang Batang simpanan tarbiyah. Setelah penelitian dilakukan pembahasan terhadap data yang diperoleh dalam penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka peneliti dalam memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Marketing Mix pada Produk Simpanan Tarbiyah di KSPPS BMT Bahtera cabang Batang

Pada simpanan tarbiyah dengan menggunakan konsep *marketing mix* yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process* dan *Physical Evidence*. Strategi pemasaran pada *product* ditunjukkan dengan adanya berbagai manfaat yang diberikan pada simpanan tarbiyah. Penetapan *price* yang terjangkau dan kompetitif, adanya bonus/ hadiah. Strategi *place* dilakukan dengan memilih lokasi yang strategis dan terjangkau bagi anggota atau calon anggota. Strategi *promotion* yang dilakukan dengan periklanan seperti penyebaran brosur, pemberian bonus dan jemput bola. Strategi *people* ditunjukkan dengan semua karyawan BMT berperan sebagai marketing dan BMT bekerjasama dengan lembaga pendidikan. Strategi *process* yang menjelaskan prosedur pembukuan rekening dan proses penyalurannya. Strategi *physical evidence* ditunjukkan dengan memberikan kenyamanan dan berbagai fasilitas di BMT.

2. Analisis SWOT pada Produk Simpanan Tarbiyah di KSPPS BMT Bahtera cabang Batang

Berdasarkan hasil analisis perbandingan kekuatan (S) dan kelemahan (W) dan peluang (O) dengan ancaman (T) maka dapat digunakan formulasi analisis SWOT dalam pemasaran simpanan tarbiyah. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang sesuai untuk BMT Bahtera cabang Batang untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah strategi *agresif*. Ini artinya BMT Bahtera cabang Batang harus terus meningkatkan pangsa pasarnya dengan cara mempertahankan dan menambah kerjasama dengan lembaga pendidikan, mempertahankan harga dan bagi hasil yang kompetitif, meningkatkan kegiatan promosi dan memperkuat citra positif di masyarakat.

B. Saran

Berkaitan dengan hasil penelitian yang penulis sampaikan di atas, maka peneliti menyapaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga

Dengan adanya metode pemasaran dan analisis SWOT untuk simpanan tarbiyah. Diharapkan BMT Bahtera cabang Batang mengoptimalkan program kerja yang telah disusun. Lebih mendekatkan diri kepada anggota dan calon anggota sehingga semakin banyak yang mengetahui produk simpanan tarbiyah.

2. Bagi Anggota

Diharapkan dengan adanya produk simpanan tarbiyah di BMT Bahtera cabang Batang anggota semakin gencar menabung dan berhati-hati memilih lembaga keuangan sebagai tempat untuk menyimpan uang mereka.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Kotler Philip dan Gery Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- SwasthaBasu dan Irwan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- AI Arif M. NurRianto. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: CV. Alfabeta
- M. Moeliono Anton. 1998. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- AnoragaPandji. 2000. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga
- Abdullah Thamrindan TantriFrancis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Alma BucharidanHurriyatiRatih. 2008. *Manajemen corporate Strategy Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*. Yogyakarta: CAPS
- Yazid. 2003. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Ekonosia
- Rohman, Fatur. 2012. *Teknik Analisis Manajemen SWOT*. Malang: AFI Mobicons



Rangkuti, Feddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus dan Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

J. Moleong, Lexy. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Arikunto, Suharsim. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta

Misbahuddin Hasan Iqbal. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara

Ezmir. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Press

TUGAS AKHIR

Zaidah. 2007. *Analisis Marketing Mix dalam Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan Anak di BMTEI Fairuz Pekalongan, Tugas Akhir*, Pekalongan: Stain Pekalongan Perbankan Syariah.

Awan Kurniawan. 2015. *Analisis Strategi Marketing Mix Pada Produk Simpanan Wisata Religi 4 di BMTSM NU Kantor Cabang Kajen, Tugas Akhir*, Pekalongan : Stain Pekalongan Perbankan Syariah.

Ziadatur Rizki. 2014. *Analisis Strategi Marketing Mix pada Produk Simpanan Prima Syariah di Kospin Jasa Syariah Pemalang, Tugas Akhir*, Pekalongan : Stain Pekalongan Perbankan Syariah.



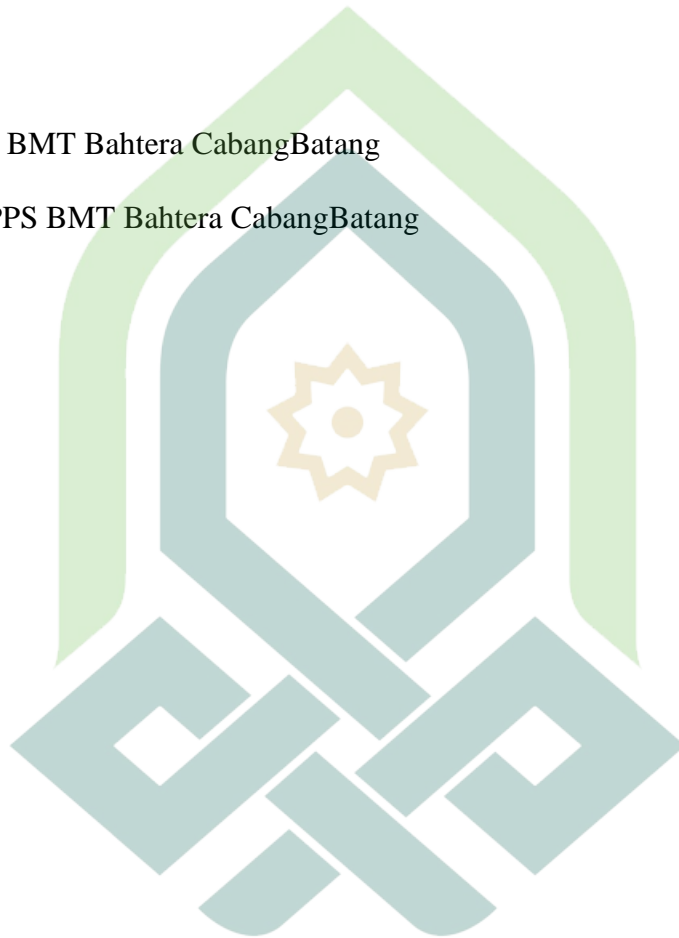
Dwi Ratna. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sirela di BMT Bina Insani Pringapus, Tugas Akhir*, Salatiga : Iain Salatiga Perbankan Syariah

Tita Lestari. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tamara (Tabungan Mandiri Sejahtera), Tugas Akhir*, Semarang: UIN Walisongo Ekonomi dan Bisnis Islam.

DOKUMEN

Brosur KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang

Dokumen KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Yuli Tania
Tempat / Tanggal Lahir : Batang, 25 Juli 1997
NIM : 2012115133
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Desa Beji, RT/RW 03/01, Kec. Tulis, Kab.
Batang
Nama Orang Tua : Ngasdi (Ayah)
Musripah (Ibu)

Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri 03 Beji lulus tahun 2009
2. SMP Negeri 02 Tulis lulus tahun 2012
3. SMA Negeri 01 Subah lulus tahun 2015
4. D3 Perbankan Syariah IAIN Pekalongan 2019



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Riswanto, SE
 Jabatan : Kepala Cabang
 Perusahaan : KSPPS BMT Bahtera Cabang Batang
 Alamat : Jl. Ahmad Yani Ruko Exis Sempurna No. 4 Kauman Batang

Yang dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Yuli Tania
 Nim : 2012115133
 Fakultas/ Jurusan : D3 Perbankan Syari'ah
 Universitas : IAIN PEKALONGAN

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir yang berjudul “ **ANALISIS MARKETING MIX PADA PRODUK SIMPANAN TARBIYAH DI BMT BAHTERA CABANG BATANG**” sejak tanggal 15 Mei 2018 sampai dengan tanggal 29 November 2018.

Batang, 14 Januari 2019
 KSPPS BMT BAHTERA



Riswanto, SE
 Kepala Cabang





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 iain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iain
pekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : **YULI TANIA**
NIM : **2014115133**
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 Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**“ANALISIS *MARKETING MIX* PADA PRODUK SIMPANAN TARBIYAH DI KSPPS
BMT BAHTERA CABANG BATANG“**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
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 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

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Maret 2019



YULI TANIA
NIM. 2014115133

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.

