

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BMT HARAPAN UMMAT  
KUDUS**



**TUGAS AKHIR**

Diajukan Untuk Memenuhi Dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya (D3)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah

Disusun Oleh :

**Nama : Nur Hasan Mudzakir**

**NIM : 112503094**

**D3 PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2014**

Drs. H. Wahab Zaenuri, M.M

RT/RW 02/01 Bangetayu Wetan

Semarang

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp: 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir (TA)

A.N Nur Hasan Mudzakir

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah saya mengadakan koreksi dan perbaikan seperlunya maka bersama ini saya kirimkan naskah Tugas Akhir (TA) Saudara:

Nama : Nur Hasan Mudzakir

Nim : 112503094

Jurusan : D3 Perbankan Syari'ah

Judul TA : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BMT HARAPAN UMMAT KUDUS**

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudara tersebut segera diujikan.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Pembimbing,



**Drs. H. Wahab Zaenuri, MM**

**NIP.19690908 200003 1 001**

**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM D III PERBANKAN SYARIAH**  
Jl. Prof. Dr. Hamka, Kampus III Ngaliyan Km 02 Telp/Fax.(024)7601291 Semarang

---

**PENGESAHAN**

Nama : Nur Hasan Mudzakir

NIM : 112503094

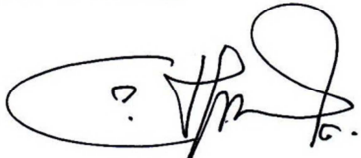
Judul : “Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Harapan Ummat Kudus.”

Telah diujikan oleh Dewan Penguji D III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/ baik/ cukup, pada tanggal : **22 Mei 2014**


Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya tahun akademik 2014.

Semarang, 22 Mei 2014

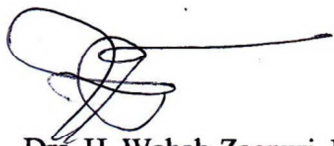
Ketua Sidang,

  
Choirul Huda, M.Ag  
NIP.19760109 200501 1 002

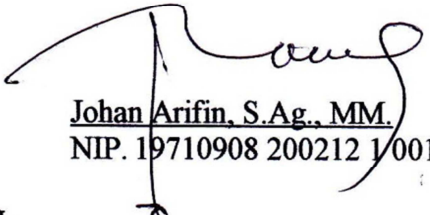
Penguji I,

  
Drs. H. Hasyim Syarbani, M.M  
NIP.19570913 198203 1 002


Sekretaris Sidang,

  
Drs. H. Wahab Zaenuri, M.  
NIP.19690908 200003 1 001

Penguji II,

  
Johan Arifin, S.Ag., MM.  
NIP. 19710908 200212 1 001

Pembimbing,

  
Drs. H. Wahab Zaenuri, M.  
NIP.19690908 200003 1 001

## **MOTTO**

Kalau kau mau jadi seseorang

Kalau kau ingin mendapatkan sesuatu

Kalau kau ingin menang, selalu dengarkan kata hatimu

Dan jika itu tak memberimu jawaban

Tutup matamu dan pikirkan tentang kedua orang tuamu

Dan kau akan menghancurkan keraguan

Semua masalah akan terselesaikan

Kemenangan akan jadi milikmu

## PERSEMBAHAN

Aku persembahkan Tugas akhir ini teruntuk orang-orang yang selalu hadir dan yang selalu memberi dorongan, perhatian, kasih dan sayangnya kepada penulis, dan kepada orang yang selalu setia hadir dalam kehidupan penulis khususnya buat :

- ❖ Bapak dan Ibuku tercinta yang telah sabar, penuh kasih sayang serta tulus ikhlas merawat, mendidik dan mengajarkan segala kebaikan kepadaku, juga ketulusan doanya yang selalu menyertaiku dalam menjalani hidup ini.
- ❖ Adikku tersayang yang selalu menunggu kesuksesanku
- ❖ Seseorang yang sangat berarti buatku, yang memberi warna dalam hidupku, yang selalu menemani dan membantuku di saat kesulitan, yang selalu memberi dukungan, doa ,serta motivasiku.
- ❖ Bapak Drs. H. Wahab Zaenuri.,M.M yang telah meluangkan waktu, tenaga dan fikirannya untuk membimbingku dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
- ❖ Bapak Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya dosen program study D III Perbankan Syari'ah yang telah memberikan ilmu dalam dunia perbankan.
- ❖ Buat staff dan pegawai BMT Harapan Ummat Kudus terima kasih atas bantuannya.
- ❖ Sobat-sobatku semua seperjuangan di Program Prodi D III Perbankan Syari'ah 2011 IAIN Walisongo Semarang yang telah memberikan semangat dan motivasi.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 29 April 2014

Deklarator,



Nur Hasan Mudzakir

## **ABTRAK**

### **Strategi Pemasaran Produk BMT Harapan Ummat Kudus**

Problematika kehidupan manusia selalu dilatarbelakangi dengan keadaan perekonomian yang semakin sulit. Mulai dari petani, pengusaha, pedagang, dan semua kegiatan berskala mikro. Mereka membutuhkan suatu bantuan berupa dana untuk memperlancar usahanya, maka BMT Harapan Ummat Kudus memahami dengan menciptakan beberapa inovasi produk untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakatnya.

Permasalahan yang akan penulis teliti adalah bagaimana strategi yang dilakukan oleh BMT Harapan Ummat Kudus untuk memasarkan produknya. Selain bertujuan untuk mengenalkan produknya kemasyarakat, juga bertujuan menjauhkan ketergantungan masyarakat khususnya daerah Kudus akan ketergantungannya pada rentenir. Metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu melalui studi pustaka dan lapangan di BMT Harapan Ummat Kudus dalam bentuk dokumentasi atau wawancara. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis.

Strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh BMT Harapan Ummat Kudus dengan cara mendatangi calon nasabah langsung dengan menawarkan produk di BMT Harapan Ummat Kudus dan member penjelasan mengenai BMT, dengan membagikan brosur, dan menjalin hubungan baik dengan calon nasabah. Brosur merupakan alat pengenalan kepada nasabah, akan tetapi brosur bukan menjadi alat yang paling unggul untuk merekrut nasabah karena di BMT Harapan Ummat Kudus lebih mengutamakan promosi dengan bersilaturahmi, dengan system kekeluargaan diharapkan timbul suatu kepercayaan dari pihak BMT maupun Nasabah. Dengan sistem jemput bola, memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi tanpa harus datang ke bank. Dengan pemberian pelayanan yang lebih, diharapkan nasabah tidak berpaling pada lembaga lain.

Selain itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam pemasaran produk di BMT Harapan Ummat Kudus. Faktor tersebut terdiri dari faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor internal yaitu faktor yang terdapt di dalam marketing mix yakni : Product (produk), Price (Harga), Place (Tempat), Promotion. Dan ditambah People dan Process untuk perusahaan jasa. Sedangkan faktor ekstenalnya terdiri dari pesaing, teknologi, peraturan pemerintah, keadaan perekonomian dan lingkungan sosial budaya.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT penulis panjatkan, karna dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis mampu mempersembahkan sebuah karya tulis ilmiah (Tugas Akhir) ini. Tidak lupa sholawat serta salam tidak henti-hentinya penulis curahkan pada Nabi Agung Muhammad SAW yang selalu membimbing dan menunjukkan jalan yang benar bagi umatnya.

Tugas Akhir ini di susun guna memenuhi persyaratan kelulusan Program Studi Diploma III di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang, sebagai penulis pemula tidak akan mudah untuk menulis sebuah tugas akhir yang bermutu tinggi maka dengan kerendahan hati penulis akan menyajikan sebuah karya tulis atau tugas akhir dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BMT HARAPAN UMMAT KUDUS”.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis telah mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Karena itu pada kesempatan ini izinkan penulis menghaturkan segenap ucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M, Ag, selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Imam Yahya, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang.
3. H. Muchamad Fauzi, SE., Selaku Ketua Program DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang
4. Dan khususnya Drs. H. Wahab Zaenuri, M.M, selaku pembimbing Tugas Akhir (TA) yang selalu memberi pengarahan, masukan, kritikan, dan saran, serta kesabarannya sehingga penulis bisa menyelesaikan TA ini dengan tepat waktu.



5. Segenap Bapak Ibu Dosen pengajar serta semua staff Program DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang yang telah banyak membantu dari persiapan hingga selesainya penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh pengurus dan karyawan BMT Harapan Ummat Kudus yang berkenan memberikan informasi dan berbagi pengalaman di lapangannya.
7. Kepada kedua Orang Tuaku tercinta yang telah senantiasa memberikan doa dan semangat untuk selalu optimis dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung yang membantu terselesaikannya tugas akhir ini .

Semoga Allah SWT berkenan memberikan pahala-Nya kepada semua pihak atas semua budi baik dan jasa yang telah diberikan kepada penulis. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembaca dan berguna bagi pendidikan, khususnya di bidang perbankan syari'ah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 29 April 2014

Penulis

Nur Hasan Mudzakir

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Motto .....	iv
Halaman Persembahan .....	v
Halaman Deklarasi .....	vi
Halaman Abstrak .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	x

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Tujuan dan Manfaat .....	2
1.4. Metode Penelitian .....	3
1. Lokasi Penelitian .....	3
2. Jenis Penelitian .....	3
3. Sumber Data .....	4
4. Metode Pengumpulan Data .....	4
5. Metode Analisis Data .....	5
1.5. Sistematika Penulisan .....	6

### **BAB II GAMBARAN UMUM BMT HARAPAN UMMAT KUDUS**

2.1. Sejarah Perkembangan BMT Harapan Ummat Kudus .....	7
2.2. Visi dan Misi BMT Harapan Ummat Kudus .....	8

2.3. Struktur Organisasi BMT Harapan Ummat Kudus .....	9
2.4. Job Description BMT Harapan Ummat Kudus .....	11
2.5. Produk - produk BMT Harapan Ummat Kudus .....	16
2.6. Sistem Pengelolaan Usaha BMT Harapan Ummat Kudus .....	22

### **BAB III PEMBAHASAN**

3.1. Landasan Teori .....	24
1. Konsep Pemasaran.....	24
2. Pengertian Strategi Pemasaran .....	26
3. Landasan Hukum .....	26
4. Strategi Pemasarkan Produk BMT Harapan Ummat Kudus .....	27
5. Hambatan dalam Pemasaran Produk BMT Harapan Ummat Kudus.....	34
6. Upaya Peningkatan Pemasaran Produk - Produk pada BMT Harapan Ummat..	35
7. Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran Produk .....	37
3.2. Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Harapan Ummat.....	39

### **BAB IV PENUTUP**

4.1. Kesimpulan .....	44
4.2. Saran .....	45
4.3. Penutup .....	46

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**