

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK MODAL USAHA BAROKAH
MENGUNAKAN AKAD MUDHARABAH DI BMT UGT SIDOGIRI
KANTOR CABANG BANJARMASIN**

TUGAS AKHIR

**OLEH
MUHAMMAD SYAUQY ABRARI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2020 M/1441 H**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK MODAL USAHA BAROKAH
DENGAN AKAD MUDHARABAH DI BMT UGT SIDOGIRI KANTOR
CABANG BANJARMASIN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Ahli madya
dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh :

**Muhammmad Syauqy abrari
170601010949**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN DIPLOMA III PERBANKAN SYARIAH
BANJARMASIN
2020 M/1441 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad syauqy abrari
NIM : 170601010949
Tempat/Tgl. Lahir : Banjarmasin, 02 april 1997
Jurusan : Diploma III Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka Tugas akhir dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin,
Yang membuat pernyataan,
Tanda tangan



Muhammad Syauqy Abrari

PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul : Strategi Pemasaran Produk Modal usaha barokah Menggunakan Akad Mudharabah Di BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Banjarmasin

Ditulis oleh : Muhammad syauqy abrari

N I M : 170601010949

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Diploma III (D-III)

Program Studi : Diploma III Perbankan Syariah

Tahun Akademik : 2017

Tempat dan tanggal lahir : Banjarmasin, 02, april, 1997

Alamat : Sutoyo's komplek rajawali no 63 rt 25

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

Pembimbing I

Banjarmasin, 22 Juni 2020
Pembimbing II

Dra. Fithriana Syarqawie, MHI
NIP 196008201987031004

Sri Winarsih, SE.,MM
NIP 201702054

Mengetahui,
Ketua Program Studi Diploma III Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam
UIN Antasari Banjarmasin,

Dra. Fithriana Syarqawie, MHI
NIP 196711191994042001

PENGESAHAN

Tugas akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk modal usaha barokah menggunakan Akad Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Banjarmasin”, ditulis oleh Muhammad syauqy abrari, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Tugas akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari :

Tanggal : 25 Juni 2020

Dinyatakan LULUS dengan predikat:

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI
NIP 196006091988031003

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
------	--------------

1

. Dra. Hj Fithriana syarqawie, MHI 1.

2

. Elida Mahriani, SE, MM 2.

ABSTRAK

Muhammad Syauqy Abrari. 2020. *Strategi Pemasaran Produk Modal Usaha Menggunakan Akad Mudharabah Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin*. Tugas Akhir, Program Studi Diploma III Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, BMT, Akad Mudharabah, Murabahah*

Penelitian ini bertolak dari fungsi lembaga koperasi, yaitu salah satunya

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk modal usaha barokah dengan akad *Mudharabah/musyarakah* pada BMT UGT Sidogiri kantor Cabang Banjarmasin dan mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh BMT dalam menerapkan strategi pemasaran pada produk modal usaha barokah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara serta pengkajian dari data-data yang diperoleh kemudian akan dianalisis dan menghasilkan sebuah kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa BMT UGT Sidogiri kantor Cabang Banjarmasin telah menerapkan strategi pemasaran dengan baik dan benar terhadap produk Modal usaha barokah Selain itu penelitian ini menjelaskan mengenai ketertarikan antara tahapan-tahapan strategi pemasaran dengan penerapan strategi pemasaran pada BMT UGT kantor Sidogiri Cabang Banjarmasin. Kemudian produk ini membantu nasabah dalam pembiayaan modal usaha.

Menngeni produk modal usaha barokah, produk modal usaha barokah adalah yang melayani anggota dalam bentuk pembiayaan,

MOTTO

n“Barang siapa bertawakkal kepada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya dan sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendakin-Nya)” (QS. Ath-Thalaq: 3)

“Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan.” (Al-Mujadillah: 11)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya yang sederhana ini untuk:

Bapak dan Ibu tercinta,

Kakak-kakakku tersayang,

Teman-teman

Yang selalu memberikan doa, tenaga, pikiran, semangat dan kasih sayang

Yang tulus dan tiada ternilai besarnya

Terima kasih.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Umum Syariah Dengan Akad Mudharabah Musytarakah Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
 2. Ibu Hj. Fithriana Syarqawie, MHI dan Ibu Sri winarsih, SE., MM selaku ketua jurusan dan Sekretris program studi Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
 3. Bapak Faqih El Wafa, S.HI, M.SI selaku staff Program Studi Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
 4. Fahrudin, S.Ab.,ME., selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan tugas akhir.
 5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
 6. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, 05 Oktober 2018
Penulis,

(Muhammad syauqy abrari)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan penelitian.....	10
D. Definisi operasional.....	10
E. Penelitian Terdahulu	11
F. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TEORI STRATEGI PEMASARAN	14
A. Teori Strategi Pemasaran	14
1. Pengertian Strategi.....	14
2. Pengertian Pemasaran.....	19
3. Pengertian Strategi Pemasaran	24
4. <i>Marketing Mix Strategy</i> (Strategi bauran pemasaran).....	27
5. Timing Strategy	29
6. Strategi Pemasaran Syariah	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Dan pendekatan Penelitian	35
1. Jenis penelitian	35

B. Lokasi Penelitian	36
C. Data Dan Sumber Data	36
1. Data	36
2. Sumber Data	37
D. Teknik Pengumpulan data	37
E. Teknik Analisis Data	37
1. Reduksi kata	38
2. Penyajian data	38
3. Penarikan kesimpulan	38
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN HASI PENELITIAN	39
A. Gambaran Umum UGT Sidogiri Kantor Cabang Banjarmasin	39
1. Sejarah singkat	39
2. Visi dan Misi	44
3. Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Banjarmasin	45
5. Produk Pembiayaan Pada BMT UGT Sidogiri KC Banjarmasin	48
6. Layanan yang tersedia	51
B. Penyajian data	52
1. Modal usaha barokah	52
2. Mekanisme pembiayaan produk modal usaha barokah pada BMT UGT Sidogiri Banjarmasin	53
3. Strategi pemasaran produk modal usaha barokah.	53
4. Kendala yang dihadapi BMT UGT Sidogiri Kc Banjarmasin didalam pemasaran produk modal usaha barokah	54
C. Analisis Data	55
1. Mekanisme pembiayaan Modal usaha barokah di BMT UGT Sidogiri Kc Banjarmasin	55
2. Strategi pemasaran pada produk modal usaha barokah	56
3. Kendala memasarkan produk modal usaha barokah	59
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi Penelitian	9
Tabel 3.2 Hasil Uji	10

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Xxxxxx.....	15
Gambar 4.2 Xxxxxx.....	16