

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IDUL FITRI  
PADA BMT UGT SIDOGIRI CABANG BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**OLEH  
SUGIANNOR**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI**

**BANJARMASIN**

**2018 M/1439 H**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IDUL FITRI  
PADA BMT UGT SIDOGIRI CABANGBANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana  
Dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh**

**Sugiannor**

**NIM. 1301160397**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH  
BANJARMASIN  
2018 M/1439 H**

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sugiannor  
NIM : 1301160397  
Tempat/Tgl.Lahir : Banjarmasin, 26 Agustus 1995  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan 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 skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 15 Januari 2018

Yang membuat pernyataan,

  
Sugiannor  
NIM. 1301160397

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Idul Fitri  
Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin.  
Ditulis Oleh : Sagiannor  
NIM : 1301160397  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Program Studi : Strata Satu (S-1)  
Tahun Akademik : 2017/2018  
Tempat dan Tanggal Lahir : Banjarmasin, 26 Agustus 1995  
Alamat : Jl. Soetoyo, S. Komp. Purnasakti Jalur. Xic Rt. 32

Setelah diteliti dan dilakukan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujui untuk diajukan dan dipertahankan di depan sidang-Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 11 Januari 2018


Pembimbing I

**Rahman Helmi, S.Ag.,MSI**  
NIP. 197405081999031002

Pembimbing II

**Rohana Faridah, SE, MM**  
NIP. 197804272009012010

Mengetahui:  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin,



**H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., MSI**  
NIP. 1979041020050101

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: *Strategi Pemasaran Produk Tabungon Ikuh Fitri Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin*, ditulis oleh: Sugiannor, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 24 Januari 2018

Dinyatakan LULUS dengan nilai: 87,1 predikat A (Amat Baik)



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin,

*[Signature]*  
Dr. H. Fachrurrahman Azhari, MHI,  
NIP. 196006091988031003

### TIM PENGUJI:

Nama	Tanda Tangan
1. Drs. Nispan Rahmi, M.Ag. (Ketua)	1. <i>[Signature]</i>
2. Rohana Faridah, SE, MM. (Anggota)	2. <i>[Signature]</i>
3. Rahman Helmi, S.Ag., MSI. (Anggota)	3. <i>[Signature]</i>
4. Annisa Sayyid, SHI, MSI (Anggota)	<i>[Signature]</i>

## ABSTRAK

**Sugiannor.2017.***Strategi Pemasaran Produk Tabungan Idul Fitri Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Rahman Helmi, S.Ag., MSI (II) Rohana Faridah, SE, MM

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Strategi Alternatif

Latar belakang Penelitian berdasarkan pada survei lapangan yang dilakukan peneliti bahwa produk tabungan Idul Fitri sudah ada sejak tahun 2013 hingga 2017 namun peminat dari tabungan ini masih sedikit dibandingkan dengan produk lainnya dan belum diketahui apakah strategi pemasaran pada produk tabungan Idul Fitri ini sudah berjalan dengan baik atau belum.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor internal, faktor eksternal, strategi alternatif, dan prioritas strategi pemasaran produk tabungan Idul Fitri pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin.

Teknik penelitian menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif, analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan proses kegiatan dan penentuan alternatif strategi perusahaan, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, serta penentuan prioritas strategi perusahaan.

Faktor internal perusahaan. Kekuatan yang dimiliki perusahaan, yaitu: tempat yang strategis, mempunyai aplikasi mobile, memberikan pelayanan prima, memberikan bonus sembako, biaya administrasi ringan, persyaratan mudah dan memberikan pelatihan untuk meningkatkan *softskill* SDM. Kelemahan perusahaan, yaitu: minimnya minat menabung masyarakat terhadap tabungan Idul Fitri, keterbatasan SDM, kurangnya promosi, penggunaan aplikasi yang masih terbatas dan lokasi usaha yang kurang luas. Sedangkan faktor eksternal perusahaan, peluang perusahaan, yaitu: mayoritas masyarakat Banjarmasin yang beragama Muslim, tingginya kebutuhan masyarakat pada saat menjelang lebaran Idul Fitri, tradisi masyarakat Banjarmasin yang pulang kampung dan adanya masyarakat sekitar yang membuka arisan sembako. Ancaman bagi perusahaan, yaitu: banyaknya pesaing disekitar lokasi usaha, banyaknya pilihan produk dari lembaga keuangan lain yang menawarkan banyak keunggulan, semakin *inovatif* fitur produk lembaga keuangan lain yang dilengkapi dengan teknologi canggih dan gencarnya promosi yang dilakukan kompetitor. Strategi yang menjadi prioritas bagi BMT UGT Sidogiri yaitu meningkatkan promosi yang lebih gencar disemua media untuk meningkatkan pangsa pasar, menambah SDM pemasaran, mempertahankan ciri khas produk tabungan Idul Fitri dan membangun kerjasama dengan bank atau lembaga keuangan lain untuk mengembangkan penggunaan aplikasi mobile.

## **MOTTO**

“ Pada dasarnya kamu bisa keluar dari comfort zonemu, saat niat dan ambisimu lebih besar dari rasa malasmu, kerjakan apa yang bisa dikerjakan !!usahakan apa yang bisa diusahakan !! tidak ada yang tidak mungkin selagi kamu memiliki harapan ,lakukan bagianmu semampu yang kamu bisa. Selanjutnya biarkan Allah melakukan bagian yang tak kamu bisa karena Allah selalu punya cara untuk membantumu menyelesaikan masalah,akan selalu ada jalan bagi mereka yang mau bekerja kerasdan ingat semakin kamu menunda-nundanya akan ada dua hal yang tertunda dalam kehidupmu.....”

**“PERTAMA MASA DEPANMU,KEDUA KEBAHAGIAAN  
KEDUA ORANG TUAMU”**

NEVER GIVE UP AND KEEP FIGHTING YOU'RE ALMOST REACH IT.....

**SUGEW**

## KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, selalu ku panjatkan syukur atas segala nikmat dan berkah kepada Allah SWT yang selalu memberi kemudahan dalam setiap langkah ku menjalani kehidupan. Dan selalu ku haturkan shalawat untuk teladanku Nabi Muhammad saw.

Terimakasih kepadaibu dan bapak saya, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari setiap sujud kalian, mungkin ini hanya bagian kecil yang bisa saya lakukan untuk melukis sedikit senyuman kebahagiaan dimasa tua kalian dengan menyelesaikan pendidikan saya, namun saya percaya dan meyakini suatu hari nanti saya bisa memberikan kebahagiaan yang lebih lagi. Amiin.

Terimakasih kepada dosen pembimbing saya Bapak Rahman Helmi, S.Ag, MSI dan Ibu Rohana, SE, MM yang selalu membimbing dan memberikan masukan-masukan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik serta seluruh dosenFakultas Ekonomi dan Bisnis Islamyang telah memberikan ilmu danpengalamannya kepada saya.

Terimakasih kepada kakak-kakak saya yang tiada henti memberikan motivasi dan masukan dalam setiapproses perjalanan hidup saya menuju kehidupan yang lebih baik.

Teruntuk Sahabat Dunia Akhirat Saya (SADURA) Abi Prastia, Rasyid, M. Walilulu, Abdul Mu'ti, Khairullah, Awaw, Nera, Edy, Abdi, Taufikdan seluruh teman-teman lokal E Perbankan Syariah yangterus menerus memberikan semangat serta mendorong saya untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini, terimakasih untuk canda tawa dan menemani saya selama ini dalam berproses semoga kita semua suatu hari nanti menjadi orang-orang yang sukses.

Tak banyak yang bisa saya ucapkan kepada kalian semua selain kata terimakasih yang sebanyak-banyaknya, semoga kita semua selalu berada dalam lindungan-Nya dan semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi kita semua. *Amin ya robbal alamin.*



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagiandilambangkandengantanda, dansebagian lain lagidilambangkandenganhurufdantandasekaligus.

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	bā`	B	Be
ت	tā`	T	Te
ث	šā`	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	hā`	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	khā`	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	rā`	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye

ص	Şād	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā`	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	zā`	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fā`	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lām	L	‘el
م	Mīm	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Wāwu	W	We
هـ	hā`	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ی	yā`	Y	Ye

## 2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعقدین	Ditulis	<i>muta‘aqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

## 3. Ta’marbutah

- a) Apabila dimatikan ditulis h.

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmatul-auliyā‘</i>
---------------	---------	--------------------------

b) Apabila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fatha, kasrah dan dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt ul-fitri</i>
------------	---------	-----------------------

#### 4. Vokal Pendek

ـَ	Kasrah	ditulis	<i>I</i>
ـِ	Fathah	ditulis	<i>A</i>
ـُ	Dammah	ditulis	<i>U</i>

#### 5. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	-	ditulis	<i>ā - jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya’ mati يسعى	-	ditulis	<i>ā - yas‘ā</i>
3	Kasrah + ya’ mati كريم	-	ditulis	<i>ī - karīm</i>
4	Dammah + wawu mati فروض	-	ditulis	<i>ū - furūḍ</i>

## 6. Vokal Rangkap

١	Fathah + ya' mati بينكم	ditulis	au – <i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول	ditulis	au – <i>Qaulun</i>

## 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a' antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u' iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## 8. Kata sandang alif + lam

- a) Apabila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”.

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

- b) Bila diikuti huruf syamsiyyah, ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al” nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Ẓawi al - furūd</i> atau <i>Ẓawil furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i> atau <i>ahlussunnah</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah swt.yang telah melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw.beserta keluarga, sahabat dan para pengikut beliau hingga akhir zaman, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul: Strategi Pemasaran Produk Tabungan Idul Fitri Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin.

Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, terutama kepada yang terhormat:

1. Rektor UIN Antasari Banjarmasin Prof. Dr. H. Mujiburrahman, M.A.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin Prof. Dr. Faturrahman Azhari, MHI.
3. Bapak Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.S.I selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
4. Bapak Rahman Helmi, S.Ag, MSI dan Ibu Rohana Faridah, SE, MMselaku pembimbing I dan pembimbing II, yang telah banyak memberikan bimbingan dan petunjuk serta koreksi dalam rangka menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama peneliti berstudi di Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
6. Kepala Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan Kepala Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam peminjaman buku-buku yang diperlukan dalam pembuatan skripsi ini.
7. BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin yang telah memberikan izin riset, waktu dan data yang diperlukan, sehingga penelitian yang dilakukan peneliti bisa menjadi sebuah skripsi.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, karunia-Nya dan ganjaran yang berlipat ganda dari kebaikan mereka semua. Skripsi ini dibuat dengan usaha yang semaksimal mungkin oleh penulis. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. *Amin Ya Rabbal 'alamin.*

Banjarmasin, 15 Januari 2018 M  
1438 H

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAH PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>MOTO</b> .....	vi
<b>KATA PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Signifikansi Penelitian .....	9
E. Definisi Operasional.....	9
F. Kajian Pustaka .....	11
G. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI (Strategi Pemasaran)</b>	
A. Strategi pemasaran .....	16
1. Pengertian Strategi .....	16
2. Pengertian Pemasaran .....	17
3. Strategi Pemasaran .....	18
4. Tujuan Pemasaran .....	19
B. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) .....	21
C. Strategi Pemasaran Dalam Islam .....	24
D. Analisis Lingkungan Pemasaran .....	30
E. Matriks Internal-Eksternal .....	34
F. Analisis SWOT .....	35

G. Matriks QSPM ( <i>Quantitative Strategy Planning Matrix</i> ).....	37
H. Baitul Mal Wat Tamwil .....	38
1. Badan Hukum BMT .....	39
2. Organisasi BMT .....	40
3. Peran BMT .....	40
4. Operasionalisasi BMT.....	41
5. Strategi Pengembangan BMT .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	45
B. Lokasi Penelitian.....	45
C. Data dan Sumber Data .....	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	47
E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	48
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA</b>	
A. Penyajian Data .....	60
C. Analisis Data .....	63
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan.....	87
B. Saran-saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	



## DAFTAR TABEL

1. Tabel 1. ....	5
2. Tabel 2. Matriks IFE .....	50
3. Tabel 3. Matriks EFE .....	52
4. Tabel 4. Matriks IE .....	55
5. Tabel 5. Matriks SWOT .....	56
6. Gambar 1 .....	62
7. Tabel 6. Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) .....	58
8. Tabel 7. Perhitungan Matriks IFE .....	76
9. Tabel 8. Perhitungan Matriks EFE .....	78
10. Tabel 9. Hasil Matriks IE .....	79
11. Tabel 10. Hasil Matriks SWOT .....	83
12. Tabel 11. Prioritas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Idul Fitri Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin .....	85