

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
ANGGOTA KOPERASI SYARIAH BMT AL ITTIHAD  
DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH  
( Studi Komparatif Cabang Rumbai dan Cabang Panam )**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah  
pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



**UIN SUSKA RIAU**

**OLEH :**

**SUKRON LUBIS**

**11625103941**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**PEKANBARU**

**1441 H/2020 M**

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul "**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA KOPERASI SYARIAH BMT AL ITTIHAD DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**"


yang ditulis oleh:

Nama : SUKRON LUBIS  
Nim : 11625103941  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah  
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 22 Juni 2020

Pembimbing Skripsi

  
**Afrizal Ahmad, M.Sy**  
NIP. 130217085

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Komparatif Cabang Rumbai dan Cabang Panam)” yang ditulis oleh:

Nama : SUKRON LUBIS  
NIM : 11625103941  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 30 Juni 2020  
Waktu : 13.00 WIB s/d Selesai  
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Juli 2020

**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. H. Magfirah, MA**

Sekretaris  
**Ahmad Fauzi, S.HI, MA**

Penguji I  
**Syamsurizal, SE., M.Sc., Ak, CA**

Penguji II  
**Jonnus, SE., MM**

Mengetahui :  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag**  
NIP. 19580712 1986031 005

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SUKRON LUBIS  
NIM : 11625103941  
Tempat/Tanggal Lahir : Pagaran Dolok, 27 Oktober 1995  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah dan Hukum  
Universitas : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim  
Riau (UIN SUSKA RIAU)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Komparatif Cabang Rumbai dan Cabang Panam”** adalah benar dari hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari saya terbukti bahwa skripsi ini bukan dari hasil karya saya sendiri, duplikat, plagiat atau dibuat oleh orang lain, baik secara keseluruhan atau sebagian besar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 10 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan



METERAI  
TEMPEL  
740FDAHF47647763  
6000  
ENAM RIBURUPIAH

**SUKRON LUBIS**  
**NIM. 11625103941**

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **Sukron Lubis, 2020 :Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad (Studi Komparatif Cabang Rumbai dan Cabang Panam)**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengamatan penulis tentang pengusaha yang dalam perkembangan usahanya berbeda-beda, sehingga dibuatlah Rumusan Masalah dalam Penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Promosi dalam meningkatkan jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam. Dan bagaimana Strategi Promosi dalam meningkatkan jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam dalam tinjauan Ekonomi Syariah.

Metode yang digunakan dalam Penelitian ini dilihat dari jenis penelitian yaitu tergolong kedalam jenis Penelitian Komparatif Kuantitatif, yaitu penulis melakukan penelitian langsung ke lokasi penelitian. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Koperasi Syariah BMT Al ittihad Cabang Rumbai di Jalan Sembilang No.107 Kelurahan Rumbai Pekanbaru dan Koperasi Syariah BMT Al ittihad Cabang Panam di Jalan Delima No.138 Kelurahan Delima Panam Pekanbaru, kemudian dalam Populasi dalam Penelitian ini sebanyak 5 orang, sedangkan Sampelnya dengan menggunakan *Purposive Sampling* atau dimana sampel dipilih diantara Populasi sesuai dengan yang dikehendaki Peneliti, sehingga Sampel tersebut dapat mewakili karakteristik Populasi yang diinginkan.

Dari hasil penelitian ini Strategi Promosi yang dilakukan oleh Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam yaitu meningkatkan Pelayanan, meningkatkan Kualitas SDM, meningkatkan Promosi dan meningkatkan kualitas keagamaan melalui syariat Islam. Koperasi Syariah BMT Al Ittihad menggunakan konsep Strategi Segmentasi, Targeting, Positioning, serta juga mengembangkan konsep Promotion mix yang terdiri dari (Penjualan Pribadi, Periklanan, Publikasi, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat). Adapun Faktor yang menjadi pendukung Strategi promosi ialah: Lokasi yang mudah dijangkau, harga yang komfetitif, tidak memperlakukan denda dan asuransi, masyarakat tertarik dengan Lembaga Keuangan berbasis Syariah, segmen pasar yang luas, teknologi semakin berkembang, Aplikasi BMT Al Ittihad dan pelayanan Prima terhadap Anggota. Faktor penghambatnya yaitu: sistem serba online, apabila mati lampu akan menghambat, minimnya inovasi produk dibidang promosi, promosi media cetak dan elektronik kurang aktif, tingkat persaingan tinggi, dan pengetahuan Masyarakat masih minim tentang BMT Al Ittihad.

Kata kunci: Strategi, Promosi, Meningkatkan, Jumlah, Anggota.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wata'ala, Rabb bagi semesta alam yang telah menciptakan langit dan bumi beserta segala isinya, dan rasa syukur tidak hentinya penulis persembahkan kehadirat-Nya yang telah memberikan berbagai karunia kenikmatan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini, yang berjudul: **“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Komparatif Cabang Rumbai dan Cabang Panam)”**

Shalawat dan Salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam. Mudah-mudahan kita termasuk Ummat yang mendapat Syafaat-Nya di Yaumil akhir kelak. Aamiin

Dalam penyelesaian penulisan Skripsi ini banyak sekali bantuan, perhatian, bimbingan, motivasi, sarana dan pemikiran dari berbagai pihak yang penulis dapatkan, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan Terima kasih yang sebesar-besarnya terutama pada:

1. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo'akan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun material serta memberi semangat kepada penulis yakni Ayahanda Parimpunan Lubis (Alm) dan Ibunda Sahaya Nasution, beserta abang kakak

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Penulis Siti Fatimah Lubis, Sa'adiah Lubis, Nur Samsi Lubis, Ahmad Goslan Lubis, Nur Sani Lubis, dan seluruh keluarga besar lainnya.
2. Bapak Prof. Dr. KH. Ahkmad Mujahidin S.Ag, M.ag selaku rektor UIN SUSKA RIAU dan seluruh jajaran Akademika UIN SUSKA RIAU.
3. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag sebagai dekan Fakultas Syariah dan Hukum serta Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL, sebagi wakil dekan I, Bapak Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag sebagai wakil dekan II, dan Bapak Dr. H. Magfirah, MA sebagai wakil dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan Skripsi.
4. Bapak Dr. Syahfawi, S.Ag, M.Sy, dan Bapak Syamsurizal S.E, M.Sc.Ak, sebagai ketua jurusan dan sekretaris jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu Dosen dan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
5. Bapak Afrizal Ahmad, M.Sy, selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.
6. Bapak Nurwahid, M.Ag, selaku pembimbing akademi yang memberikan nasehat selama perkuliahan.
7. Kepada Bapak ibu pengelola Perpustakaan Fakultas Syariah dan Hukum serta pengelola Perpustakaan UIN Suska Riau, Terimakasih atas peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8 Bapak Agung Subarkat sebagai ketua Koperasi Syariah BMT Al Ittihad, Bapak Tabrani sebagai Kepala cabang Rumbai, Bapak Husnul Ikhwan sebagai kepala cabang Panam, sekaligus pengelola Koperasi Syariah BMT Al Ittihad yang telah membantu penulis dalam hal penyelesaian Skripsi ini.

9 Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah lokal B yang telah memberikan bantuan berupa motivasi, keceriaan, kebersamaan, berbagai sarana dan solusi sehingga terselesainya Skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan. Semoga Do'a, motivasi, dan semangat yang telah diberikan semua pihak kepada penulis mendapatkan balasan pahala yang berlipat dari Allah Subhanahu Wata'ala. Aamiin..

Pekanbaru, Juni 2020

Penulis

**SUKRON LUBIS**

**Nim: 11625103941**

UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
E. Metode Penulisan .....	11
F. Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Koperasi Syariah Baitul Maal Wattamwil (BMT) Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam.....	17
B. Visi, Misi dan fungsi Koperasi Syariah Baitul Maal Wattamwil (BMT) Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam .....	20
C. Struktur Organisasi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam .....	20
D. Sumber dan cara mendistribusikan dana Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam.....	28
1. Sumber Dana.....	28

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Cara Mendistribusikan Dana.....	30
------------------------------------	----

**BAB III TINJAUAN TEORI**

A. Strategi Promosi .....	31
1. Pengertian Strtegi .....	31
2. Pengertian Promosi .....	34
3. Tujuan Promosi .....	35
4. Strategi Promosi .....	37
B. Baitul Maal Wattamwil .....	46
C. Promosi Dalam Islam .....	50

**BAB IV PENYAJIAN DATA DAN HASIL PEMBAHASAN**

A. Strategi Promosi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Dan Cabang Panam .....	53
B. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Strategi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam.....	86

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	96

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP PENULIS**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	Data Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai.....	6
<b>Tabel 1.2</b>	Data Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam.....	7
<b>Tabel. IV.1</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ) Indikator menjelaskan Produk dengan baik dan jelas.....	54
<b>Tabel. IV.2</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ) Indikator menjelaskan Produk dengan baik dan jelas.....	55
<b>Tabel.IV.3</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ) Indikator menyampaikan keunggulan Produk yang diinginkan Anggota.....	56
<b>Tabel.IV.4</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ) Indikator menyampaikan keunggulan Produk yang diinginkan Anggota.....	57
<b>Tabel.IV.5</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ) Indikator mendatangi toko pedagang di Pasar.....	58
<b>Tabel.IV.6</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ) Indikator mendatangi toko pedagang di Pasar.....	59
<b>Tabel.IV.7</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Periklanan ( <i>Advertising</i> ) Indikator Promosi melalui Facebook, Instagram atau Internet.....	60

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>Tabel.IV.8</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Periklanan ( <i>Advertising</i> ) Indikator Promosi melalui Facebook, Instagram atau Internet.....	61
<b>Tabel.IV.9</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Periklanan ( <i>Advertising</i> ) Indikator memberikan Brousur kepada Anggota dan Anggota baru.....	62
<b>Tabel.IV.10</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Periklanan ( <i>Advertising</i> ) Indikator memberikan Brousur kepada Anggota dan Anggota baru.....	63
<b>Tabel.IV.11</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Periklanan ( <i>Advertising</i> ) Indikator melihat Iklan diberbagai Media tertarik menjadi Anggota.....	64
<b>Tabel.IV.12</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Periklanan ( <i>Advertising</i> ) Indikator melihat Iklan diberbagai Media tertarik menjadi Anggota.....	65
<b>Tabel.IV.13</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Publikasi ( <i>Publicity</i> ) Indikator Promosi melalui Surat Kabar, Radio, Televisi.....	66
<b>Tabel.IV.14</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Publikasi ( <i>Publicity</i> ) Indikator Promosi melalui Surat Kabar, Radio, Televisi.....	67
<b>Tabel.IV.15</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Publikasi ( <i>Publicity</i> ) Indikator mengajak tetangga menjadi Anggota BMT.....	68
<b>Tabel.IV.16</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Publikasi ( <i>Publicity</i> ) Indikator mengajak tetangga menjadi Anggota BMT.....	69

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>Tabel.IV.17</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Publikasi ( <i>Publicity</i> ) Indikator mengetahui Koperasi Syariah BMT Al Ittihad dari Surat kabar, Radio, Televisi.....	70
<b>Tabel.IV.18</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Publikasi ( <i>Publicity</i> ) Indikator mengetahui Koperasi Syariah BMT Al Ittihad dari Surat kabar, Radio, Televisi.....	71
<b>Tabel.IV.19</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) Indikator memberi Hadiah bagi Anggota.....	72
<b>Tabel.IV.20</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) Indikator memberi Hadiah bagi Anggota.....	73
<b>Tabel.IV.21</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) Indikator memberi tenggang waktu bagi Anggota yang telat bayar.....	74
<b>Tabel.IV.22</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) Indikator memberi tenggang waktu bagi Anggota yang telat bayar.....	75
<b>Tabel.IV.23</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ) Indikator menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad ingin membuka Usaha.....	76
<b>Tabel.IV.24</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ) Indikator menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad ingin membuka Usaha.....	77
<b>Tabel.IV.25</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ) Indikator Koperasi Syariah BMT Al Ittihad ikut Serta acara Islami.....	78

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>Tabel.IV.26</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ) Indikator Koperasi Syariah BMT Al Ittihad ikut Serta acara Islami.....	79
<b>Tabel.IV.27</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ) Indikator Pengurus Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Ramah dan Sopan.....	80
<b>Tabel.IV.28</b>	Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ) Indikator Pengurus Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Ramah dan Sopan.....	81
<b>Tabel.IV.29</b>	Distribusi Jawaban Kuesioner Strategi Promosi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai.....	82
<b>Tabel.IV.30</b>	Distribusi Jawaban Kuesioner Strategi Promosi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam.....	83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar sebagai elemen bauran pemasaran. Promosi digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan nasabah maupun dengan nasabah baru. Promosi sebenarnya variabel komunikasi sehingga perusahaan dapat lebih banyak menarik konsumen untuk menjadi nasabah dan menggunakan produknya.<sup>1</sup>

Promosi merupakan salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan anggota baru. Strategi promosi menggabungkan periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan publisitasi menjadi program terpadu untuk berkomunikasi dengan para pembeli dan orang lain yang mempengaruhi keputusan membeli. Aktivitas promosi sangat mempengaruhi penjualan yang dicapai perusahaan.<sup>2</sup>

Strategi promosi adalah perencanaan, implementasi dan pengendalian komunikasi dari suatu organisasi kepada konsumen dan sasaran lainnya. Fungsi promosi dalam bauran promosi adalah untuk mencapai berbagai tujuan dengan setiap konsumen. Komponen bauran promosi mencakup periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Bukhori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2011) Hlm.179

<sup>2</sup> David w. Cravens, *Pemasaran strategi*, (Jakarta: Erlangga, 2010) Hlm.76

<sup>3</sup> *Ibid.* Hlm.77

Di dalam promosi terdapat aspek bauran promosi. Bauran promosi adalah seperangkat alat pemasaran yang mengacu pada suatu produk untuk diperkenalkan kepada para konsumen atau nasabah baru, yang biasanya digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan sasarannya di pasar sasaran.<sup>4</sup>

Promosi merupakan aspek penting dalam memasarkan suatu produk atau jasa, karena promosi bertujuan untuk memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali mamfaat suatu produk yang ditawarkannya. Dalam pelaksanaan kegiatan di Koperasi, pihak Koperasi memerlukan strategi promosi yang tepat agar dapat mensukseskan kegiatan tersebut, promosi yang dilakukan Koperasi harus mencakup kepada nasabah agar mereka tertarik dan mau berpartisipasi dalam kegiatan Koperasi. Karena salah satu keberhasilan di Koperasi dapat dilihat dari jumlah nasabah. hal tersebut bisa dapat tercapai apabila promosi yang dilakukan di Koperasi tidak tepat.

Dalam rangka memasarkan sebuah produk, maka perusahaan haruslah menetapkan biaya dan menjalankan strategi promosi yang tepat dan juga promosi dirancang sedemikian rupa flesibel, efisiensi, dan Efektif dalam mencapai tujuan utama yaitu untuk memberitahukan keberadaan produk atau perusahaan atau konsumen atau menciptakan permintaan pasar yang akan memperluas pangsa pasar, karena itu perusahaan harus mempertimbangkan bauran promosi.

<sup>4</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: Indeks, 2016)Hlm.17

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Kegiatan promosi mempermudah perusahaan untuk memasarkan produknya dengan lancar mengingat persaingan semakin ketat dan kebebasan konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan kepasar, dalam hal ini dibutuhkan suatu promosi yang berfungsi untuk mengetahui kecenderungan membeli loyalitas konsumen terhadap barang yang ditawarkan.<sup>5</sup>

Promosi merupakan alur informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan Organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual, promosi merupakan kegiatan terakhir dari *marketing mix* yang sangat penting karena pada saat ini kebanyakan pasar bersifat pasar pembeli, dimana keputusan terakhir terjadinya transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen. Oleh karena itu pembeli adalah raja, para produsen berbagai barang bersaing untuk merebut hati para pembeli agar tertarik dan mau membeli barang yang dijualnya.<sup>6</sup>

Salah satu tujuan promosi menginformasikan segala produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon Nasabah yang baru. Dalam melakukan promosi yang perlu diperhatikan adalah pemilihan bauran promosi (*marketing mix*) yang terdiri atas periklanan (*advertising*), penjualan perorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan surat

<sup>5</sup> Swasta, Basu, *Asas-Asas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2015).Hlm.14

<sup>6</sup> Daryanto, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011),

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



pemberitahuan langsung (*direct mail*).<sup>7</sup> Mengenai promosi Allah berfirman dalam Surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, melainkan dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu".<sup>8</sup>

Tujuan didirikannya koperasi sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan anggota khususnya, dan masyarakat luas pada umumnya. Secara garis besarnya yaitu: memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat, membangun tatanan ekonomi, dan terwujudnya masyarakat adil dan makmur.<sup>9</sup>

Anggota adalah pemilik sekaligus pengguna layanan Koperasi. Kesadaran dan penghayatan Anggota terhadap Koperasinya, sangat diperlukan dengan tujuan akhirnya adalah meningkatkan partisipasi anggota dalam usaha koperasinya. Keaktifan anggota berpartisipasi dalam pembiayaan Koperasi berupa simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan suka rela serta pemanfaatan berbagai potensi pelayanan yang disediakan Koperasi akan meningkatkan modal Koperasi, terutama modal kerja dan omzet usaha Koperasi. Hal ini tentu akan membuat Koperasi akan menjadi berkembang dengan lebih baik dan akan

<sup>7</sup> Kasmir, *pemasaran Bank*, (Jakarta: pranada media, 2016) Hlm. 175

<sup>8</sup> Departemen Agama, *AlQur'an Hafalan Mudah*, (Bandung: Cordoba, 2017), Hlm. 83

<sup>9</sup> M Azrul Tanjung, *Koperasi dan UMKM*, (Jakarta: Erlangga, 2016) Hlm. 80

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menguntungkan anggota terutama dengan adanya kenaikan perolehan sisa hasil usaha koperasi.<sup>10</sup>

Terdapat dua dimensi partisipasi anggota yakni: anggota sebagai pemilik dan sebagai pelanggan. Anggota sebagai pemilik memberikan kontribusi terhadap pembentukan dan pertumbuhan koperasi dalam bentuk kontribusi keuangan dan melalui usaha-usaha pribadinya serta mengambil bagian di dalam penetapan keputusan-keputusan dan proses pengawasan terhadap tata kehidupan koperasi. Anggota sebagai pelanggan memanfaatkan berbagai layanan yang disediakan oleh koperasi untuk menunjang kepentingan-kepentingan ekonomi sendiri.<sup>11</sup>

Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai terletak di Jalan Sembilang No. 107 Limbungan Rumbai Pesisir Kecamatan Rumbai Provinsi Riau Pekanbaru dan Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam terletak di Jalan Delima No.138 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Provinsi Riau Pekanbaru. Dalam hal koperasi Syariah BMT Al Ittihad melakukan Promosi salah satu sarana untuk memperkenalkan produknya, dan salah satu cara paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan anggotanya.

Tabrani menjelaskan Promosi merupakan dari bagian marketing mix (produk, promosi, saluran distribusi dan harga) oleh karena itu promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan

<sup>10</sup>Baswir, Revrison, *Koperasi Indonesia*,(Yogyakarta: BPFE,2017).Hlm.11

<sup>11</sup> Hanel Alfred, *Organisasi koperasi*,(Yogyakarta: Graha Ilmu,2012)Hlm.21

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Anggotanya, dan bauran promosi yaitu personal selling, sales promosi, hubungan masyarakat, informasi mulut ke mulut, dan periklanan.

Tabrani juga menjelaskan bahwa promosi yang dilakukan di Koperasi Syariah Bmt Al Ittihad yaitu melalui media cetak (brosur, Flamplet, Spanduk) media Elektronik (Fb, Ig, Web) dan mulut ke mulut, dan Tabrani menjelaskan bahwa Koperasi Syariah BMT Al Ittihad melakukan expo pada saat yayasan melakukan Acara tahun baru islam (hijriyah) sehingga koperasi syariah BMT Al Ittihad berkontribusi pada Acara tersebut, Acara tersebut diadakan pada tanggal 1 september 2016. terlihat dari data yang disajikan dalam tabel 1. 1 sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Anggota Koperasi Syariah Bmt Al Ittihad Rumbai**

Tahun	Jumlah Anggota
2016	1212
2017	1573
2018	1800

Sumber. Koperasi Syariah BMT Al Ittihad

Tabrani juga menjelaskan promosi yang dilakukan Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai tidak terlalu Aktif/dijalankan karena Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai sudah memadai/cukup.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Tabrani, (Kepala Koperasi Bmt Al Ittihad Cabang Rumbai), *Wawancara*, 3 Januari 2020

Dedi menjelaskan promosi yang dilakukan di Koperasi Syariah BMT Al Ittihad yaitu personal seling dan periklanan. bahwa mereka melakukan promosi dengan mendatangi usaha UMKM, sekolah dan Pondok pesantren. Salah satunya mendatangi Koperasi kebun sawit yang ada di Desa Sungai Pagar Kampar Kiri, Dengan adanya Acara tersebut mereka memperkenalkan produk – produk seperti pembiayaan ( bibit sawit, pupuk dan lain – lain ) untuk menarik para masyarakat menjadi anggota di koperasi syariah tersebut. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 28 Oktober 2019, pada kegiatan tersebut Koperasi Syariah BMT Al Ittihad menawarkan produk yang berbasis Syariah Non Riba.<sup>13</sup>

Ahmad Yani menjelaskan bahwa Koperasi Syariah BMT Al Ittihad melakukan promosi dengan periklanan dibidang dimedia cetak (brosur, pamflet) dan media Elektronik (Fb,Instagram,web). Penambahan Anggota kurang Efisien karena minimnya bagian promosi. Terlihat dari data yang disajikan dalam tabel 1.2 sebagai berikut.<sup>14</sup>

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Panam**

Tahun	Jumlah Anggota
2016	581
2017	567
2018	628

Sumber. Koperasi Syariah BMT Al Ittihad

<sup>13</sup> Dedi (Marketing Koperasi Syariah BMT Al Ittihad), *Wawancara*, 2 Desember 2019

<sup>14</sup> Ahmad Yani (customer Service Koperasi Syariah Al Ittihad), *Wawancara*, 2 Desember

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari tabel diatas dari tahun 2016 sampai 2018, terjadi Fluktuasi karena promosi yang dilakukan tidak stabil sehingga kurangnya minat masyarakat untuk menjadi Anggota pada Koperasi Syariah BMT Al Ittihad tersebut.

Anggota Baitul Maal sebagai modal utama dari Baitul Maal, maju atau mundurnya kinerja Baitul Maal atau Koperasi akan ditentukan oleh peran aktif anggota baik sebagai modal (pemilik), nasabah (konsumen) serta sebagai manfaat atau dengan kata lain anggota adalah raja. Ini adalah realita dalam perkoperasian karena anggota sebagai pemilik Baitul Maal atau koperasi memberikan makna bahwa anggota memiliki hak penuh menentukan diterima atau disetujui perencanaan usaha yang diajukan oleh pengurus dan pengawas Forum rapat Anggota.

Strategi Promosi yang dilakukan Koperasi Syariah BMT Al Ittihad meningkatkan pelayanan, meningkatkan kualitas SDM, meningkatkan promosi dan meningkatkan kualitas keagamaan melalui syariat Islam. Koperasi Syariah BMT Al Ittihad menggunakan konsep strategi segmentasi, targeting, positioning, serta juga mengembangkan konsep Promotion mix yang terdiri dari (penjualan pribadi, Periklanan, Publikasi, promosi penjualan dan Hubungan Masyarakat). Adapun Faktor yang menjadi pendukung strategi promosi ialah: lokasi yang mudah dijangkau, harga yang komfetitif, tidak memperlakukan denda dan asuransi, masyarakat tertarik dengan Lembaga Keuangan berbasis Syariah,

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

segmen pasar yang luas, teknologi semakin berkembang, Aplikasi BMT Al Ittihad dan pelayanan Prima terhadap anggota.<sup>15</sup>

Dari pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut ke dalam bentuk tulisan ilmiah dengan judul **“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (studi komparatif Cabang Rumbai dan Cabang Panam)”**

## **B. Batasan Masalah**

Agar pembahasan pada penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik persoalan, maka penelitian ini memfokuskan pada Strategi promosi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad dan meningkatkan jumlah anggota.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad, (studi komparatif cabang Rumbai dan cabang Panam)?
2. Bagaimana pandangan ekonomi Syariah terhadap Strategi promosi dalam meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad, (studi komparatif cabang Rumbai dan cabang Panam)?

<sup>15</sup> Dedy Mulyadi (Marketing Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam), *Wawancara*, 3 Januari 2020

## D Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui Strategi Promosi meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad, (studi komparatif cabang Rumbai dan cabang Panam).
- b. Untuk mengetahui pandangan ekonomi Syariah terhadap Strategi Promosi dalam meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad, (studi komparatif cabang Rumbai dan cabang Panam).

### 2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menambah pengetahuan mengenai Strategi Promosi dalam meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad, (studi komparatif cabang Rumbai dan cabang Panam).
- b. Untuk menambah wawasan dan masukan bagi masyarakat dan perusahaan.
- c. Untuk memenuhi persyaratan guna menyelesaikan studi pada fakultas syariah dan hukum jurusan ekonomi Syariah UIN SUSKA RIAU.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## **E Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, lokasi penelitian ini pada Jalan Sembilang No.107 dan Jalan Delima No.138 Panam Pekanbaru. Adapun yang menjadi alasan penulis mengambil penelitian di tempat ini dikarenakan mudah mendapatkan data, tempatnya strategis (daerah perkotaan) dan ingin mengetahui Strategi Promosi dalam meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad tersebut, (studi komparatif cabang Rumbai dan cabang Panam).

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

- a. Subjek penelitian ini adalah Pengurus dan Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam.
- b. Objek penelitian ini adalah Strategi promosi dalam meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad (studi komparatif cabang Rumbai dan cabang Panam).

### **3. Populasi dan Sampel**

- a. Populasi dalam penelitian ini adalah Marketing yang ada di Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai dan cabang Panam berjumlah 5 orang.
- b. Populasi dalam penelitian ini sangat terbatas maka penentuan sampel dalam penelitian ini digunakan teknik purposive sampling atau dimana sampel dipilih diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti,

#### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang diinginkan.<sup>16</sup>

#### 4. Sumber Data

##### a. Data primer

Data primer penelitian ini yaitu penelitian langsung dengan Pengurus dan Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam.

##### b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari riset perpustakaan, buku-buku, Jurnal dan data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapat Data lapangan yang valid dan akurat dari subjek penelitian, penulis menggunakan teknik :

##### a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan di lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat untuk mengetahui subjek penelitian. Bentuk pengamatan yang penulis lakukan adalah secara langsung, sehingga penulis dapat mengamati segala aspek yang terjadi di lapangan. Di sini penulis mengamati lokasi di Jalan Sembi lang No.107 dan Jalan Delima No.138 Pekanbaru, serta mengamati bagaimana mekanisme Strategi promosi dalam meningkatkan jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al

<sup>16</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010),Hlm.97

Ittihad dan mendokumentasikan para Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai dan cabang Panam.

b. Wawancara

Wawancara atau interview adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan pernyataan langsung kepada subjek penelitian.

c. Angket (kuesioner)

Penulis membuat daftar pertanyaan secara tertulis dengan memberikan alternative jawaban untuk setiap item pertanyaan, kemudian disebarkan kepada responden yang menjadi objek yang diteliti.

d. Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi serta mengumpulkan data-data yang ada dalam masalah penelitian.

**6. Teknik Analisis Data**

Dalam analisis data, penulis menggunakan Komparatif kuantitatif yaitu dengan menggunakan data yang telah ada, kemudian membandingkan Cabang Rumbai dan Cabang Panam mengenai masalah strategi promosi dalam meningkatkan jumlah anggota, dan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 7. Metode Penulisan.

Dalam penulisan ini, digunakan metode-metode penelitian yang terdiri dari:

- a. Deduktif, yaitu menarik kesimpulan yang bersifat umum kepada yang bersifat khusus, maksudnya adalah dari sebuah judul kemudian diambil atau ditarik dari beberapa permasalahan dan dijadikan beberapa bab.
- b. Induktif, yaitu menarik kesimpulan yang khusus kepada yang umum. Maksudnya mengumpulkan dari beberapa buku atau referensi lainnya yang bersangkutan yang diteliti kemudian diambil beberapa bagian.
- c. Komparatif yaitu dengan mengadakan perbandingan dari data-data atau kedua cabang yang telah diperoleh dan selanjutnya dari data tersebut diambil kesimpulan dengan cara mencari persamaan, perbedaan, dan strategi promosi mana yang paling bagus dari masing-masing cabang tersebut.

## F. Sistematika penulisan

Untuk mempermudah para pembaca dalam memahami penelitian ini, maka penulis mengklasifikasikan penelitian dalam lima bab yang terdiri dari sub bab dengan perincian sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **: GAMBARAN UMUM BMT AL ITTIHAD**

Dalam bab ini menguraikan mengenai sejarah singkat berdirinya BMT AL ITTIHAD cabang rumbai dan cabang pana, Visi dan Misi BMT AL ITTIHAD cabang Rumbai dan Panam, Struktur Organisasi BMT AL ITTIHAD cabang Rumbai dan Cabang Panam, Strategi Promosi yang dilakukan BMT AL ITTIHAD Cabang Rumbai dan Cabang Panam Pekanbaru.

## **BAB II**

## **: LANDASAN TEORI/TINJAUAN TEORITIS**

Dalam bab ini menguraikan tentang pengertian Strategi, tipe-tipe Strategi, pengertian Promosi, Tujuan Promosi, pengertian Strategi Promosi, pengertian Anggota, Jumlah Anggota, Strategi Promosi dalam Ekonomi Syariah.

## **BAB III**

## **: PENYAJIAN DATA DAN HASIL PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan hasil penelitian mengenai strategi promosi koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai dan cabang Panam dalam meningkatkan jumlah Anggota. Tinjauan Ekonomi Syariah tentang Strategi promosi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai dan cabang Panam dalam meningkatkan Jumlah Anggota.

## **BAB IV**

### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab yang terakhir yang berisikan kesimpulan dari permasalahan yang telah dikemukakan dan saran.



UIN SUSKA RIAU

## **BAB V**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah Koperasi Syariah Baitul Maal Wattamwil (BMT) Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam Pekanbaru

Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai pekanbaru merupakan cabang pertama yang didirikan oleh Koperasi Syariah BMT Al Ittihad, untuk beroperasi mulai tahun 2011, sedangkan Pusat Koperasi Syariah Bmt Al Ittihad pada PT. Chevron Rumbai Pekanbaru.

Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Panam Pekanbaru merupakan lembaga keuangan bukan bank (LKBB) yang berbentuk Koperasi Syariah, dan usaha pokoknya adalah simpan pinjam yang dikelola Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Panam antara lain Penerimaan simpan (sumber dana) yang berasal dari kalangan sendiri/intern yaitu dana yang dimiliki oleh yayasan kesatuan pendidikan Islam (YKPI) yang berasal dari aktivitas kegiatan pendidikan dan dakwah, selain itu juga dapat sumber dana dari pihak eksternal antara lain anggota dan pemerintah.

Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Panam, Mulai beroperasi Pada Tahun 2014. Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Panam berbadan hukum dengan No.272/BH/DISKOP&UKM/2/X/2001 tanggal 31 Oktober 2001 Rek. PINBUK Riau No.034/PINBUK/Riau/XI/2000 tanggal 19 Desember 2000.

Alamat kantor cabang Panam Jl. Delima No.138 Kel. Delima Kec. Tampan Panam Pekanbaru.<sup>17</sup>

Koperasi Syariah Baitul Maal Wattamwil (BMT) Al Ittihad Rumbai Pekanbaru merupakan lembaga keuangan mikro Syariah atau dikenal dengan sebutan Koperasi Syariah yang beroperasi berdasarkan Syariah, dimana sistem bunga di Koperasi Konvensional diganti dengan sistem bagi hasil, pendirian Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad Rumbai Pekanbaru diawali dengan suatu gagasan untuk memberikan atau menyediakan suatu lembaga keuangan berbentuk Koperasi Syariah yang sesuai ummat Islam yang merupakan penduduk yang mayoritas di Kota Pekanbaru.

Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil menyelenggarakan rapat pembentukan Koperasi pada hari minggu tanggal 12 November 2000, yaitu di prakarsi oleh 30 orang. Atas kuasa rapat pembentukan Koperasi tersebut maka terbentuklah pengurus koperasi terdiri dari :

Ketua	: Nasrudin
Wakil ketua	: Prakoso Catur Putra
Sekretaris	: Tavip Putra
Wakil sekretaris	: Kurniawan
Bendahara	: Agung Subarkat

<sup>17</sup> Dokumen BMT Al Ittihad cabang Panam Pekanbaru

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad merupakan lembaga keuangan mikro Syariah yang notabene adalah lembaga keuangan asset umat dengan prinsip operasionalnya mengacu pada prinsip-prinsip Syariah Islam. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad dibentuk sebagai upaya memberdayakan umat secara kebersamaan melalui kegiatan simpanan dan pembiayaan, serta kegiatan yang berdampak pada peningkatan ekonomi anggota dan mitra binaan kearah yang lebih baik, aman dan adil.

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad adalah badan pengembangan usaha dari Yayasan Kesatuan Pendidikan Islam (YKPI) Rumbai. Baitul Mall Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad melaksanakan Prinsip Koperasi sesuai dengan Undang-Undang Koperasi 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian tetapi memakai prinsip Koperasi Syariah.

Setelah lebih kurang 15 bulan beroperasi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad Rumbai didaftarkan pada Dinas Koperasi dan Usaha kecil dan menengah kota pekanbaru pada tanggal 31 Oktober 2001 dan memperoleh badan Hukum No. 22/BH/DISKOP & UKM/3/X/2001. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad Rumbai juga memperoleh sertifikat Operasional dari PINBUK No. 034/PINBUK/RIAU/XI/2000.<sup>18</sup>

UIN SUSKA RIAU

<sup>18</sup> Dokumen Koperasi Syariah BMT Al Ittihad

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## **B Visi, Misi dan Fungsi Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam pekanbaru**

Visi Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad adalah menjadi pusat dakwah islam terpadu untuk mewujudkan masyarakat madani yang sejahtera lahir dan bathin serta bahagia dunia dan akhirat.

Misi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad adalah memacu pembinaan ummat dalam bidang pengembangan usaha muamalat Islam.

Fungsi Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad adalah menjalin ukhwah Islamiyah (pesaudaraan Islam) melalui pungutan dan penyaluran zakat, Infaq dan Shadaqah serta memasyarakatannya dan menunjang pemberdayaan ummat melalui program pemberian modal bagi pedagang Ekonomi lemah, pemberian beasiswa dan santunan kaum Dhuafa.

Nilai-nilai Koperasi Syariah KSPPS BMT Al Ittihad adalah berkembang sesuai Syariah, Berakhlaq mulia sesuai ajaran Al-Qur'an dan Sunnah, taan pada Syariat Islam, undang-undang dan Hukum yang berlaku, menghargai Nasabah Sebagai bagian Integral kemajuan BMT, mengutamakan Ukhwah Islamiyah, saling menolong dan berlomba dalam kebajikan.

## **Struktur Organisasi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam**

Maju mundurnya suatu perusahaan sangat ditentukan oleh organisasi yang baik, stuktur organisasi adalah suatu kerangka yang melihatkan sejumlah

tugas serta wewenang tentang pelaksanaan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan dalam suatu perencanaan.

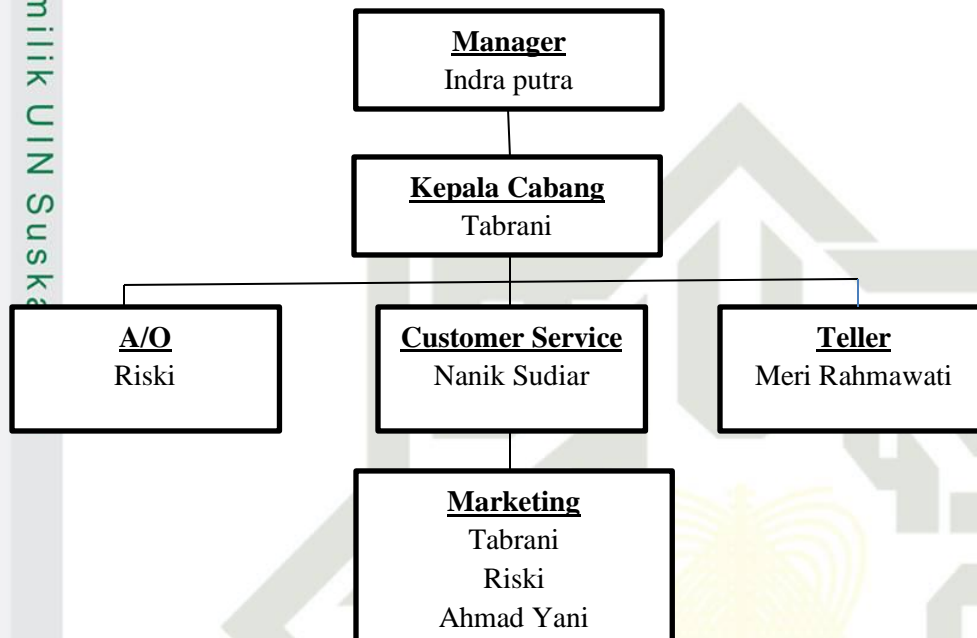
Perencanaan suatu organisasi sangat penting artinya bagi suatu persoalan karena struktur organisasi dapat memperjelas batas dari tugas, wewenang, dan tanggung jawab seseorang sebagai Anggota dari suatu organisasi, sehingga hal ini dapat menghilangkan hambatan-hambatan dalam melaksanakan pekerjaan yang disebabkan oleh kebigungan dan ketidak tentuan tentang pemberian tugas, serta untuk melakukan jaringan komunikasi keputusan yang akan mendukung sasaran pencapaian tujuan.

Stuktur organisasi yang baik adalah yang harus memenuhi syarat yang efektif dan efisien. Suatu organisasi yang efektif adalah jika memungkinkan setiap individu mencapai sasaran organisasi. Sedangkan struktur organisasi yang efisien adalah jika memudahkan pencapaian tujuan-tujuan organisasi dengan biaya yang minimal untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang optimal atas setiap penghasilan yang diperoleh dari usaha tersebut. Untuk lebih jelasnya Struktur Organisasi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al Ittihad dapat dilihat pada bagian sebagai berikut:

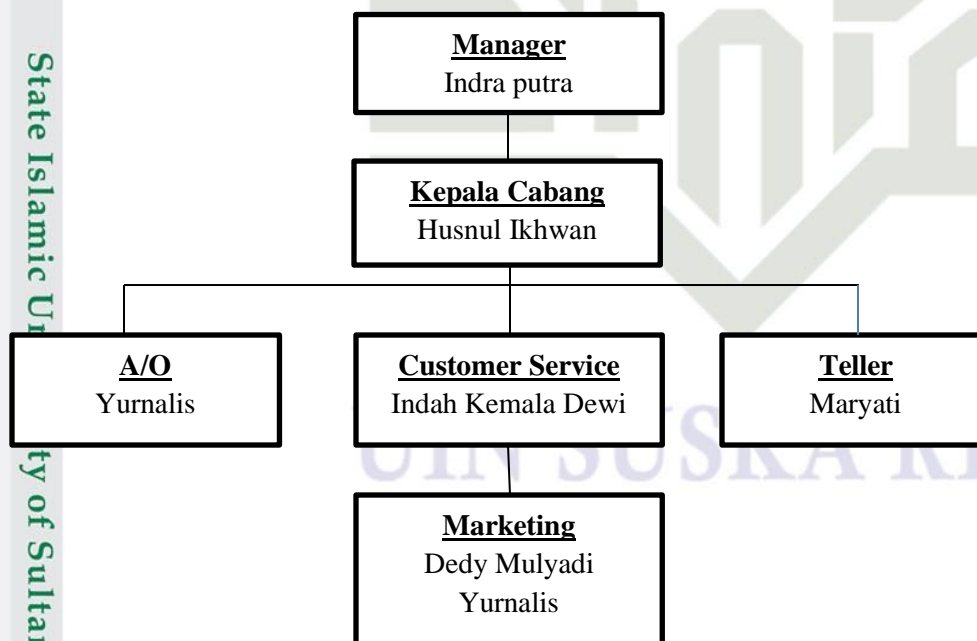
#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Struktur Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai



### Struktur Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tugas-tugas dari struktur organisasi BMT Al Ittihad Rumbai pekanbaru, yaitu sebagai berikut:

1. Rapat anggota tahunan
  - a. Rapat anggota tahunan dilaksanakan satu tahun sekali.
  - b. Pengesahan atau perubahan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga organisasi.
  - c. Pemilihan dan pengangkatan, sekaligus pemberhentian pengurus dan pengawas, baik pengawas syariah dan pengawas manajemen.
  - d. Penetapan anggaran pendapatan belanja BMT selama satu tahun
  - e. Pembagian sisa hasil usaha yang diperoleh BMT selama satu tahun.
  - f. Pengesahan laporan pertanggung jawaban pengurus tahun sebelumnya pengesahan rancangan program kerja tahunan.
2. Pengawas syariah
  - a. Sebagai penasehat dan pemberi saran atau fatwa kepada pengurus dan pengelola mengenai hal-hal yang berkaitan syariah seperti penetapan produk.
  - b. Sebagai mediator antara BMT dan pengawas Syariah Nasional dan Dewan pengawas Syariah provinsi..
  - c. Mewakili anggota dalam pengawasan Syariah.
3. Pengawas keuangan
  - a. Sebagai penasehat dan pemberi saran kepada pengelola mengenai kebijakan keuangan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- b. Sebagai auditor dalam mengambil keputusan khususnya yang berhubungan dengan keuangan.
- c. Mengawasi perkembangan keuangan dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh pihak pengelola.

#### 4. Pengurus

- a. Menyusun kebijakan umum.
- b. Melakukan pengawasan kegiatan pengelola.
- c. Menyetujui pembiayaan untuk suatu jumlah tertentu.
- d. Memimpin jalannya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) sehingga sesuai dengan tujuan dan kebijakan umum.
- e. Memimpin dan mengarahkan kegiatan yang dilakukan oleh pengelola.

#### 5. Manajer

Tanggung jawab:

- a. Tersusunnya sasaran rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang serta proyeksi finansial tahunan.
- b. Tercapainya target yang telah ditetapkan secara keseluruhan.
- c. Tercapainya lingkungan kerjasama dengan pihak lain dalam rangka memenuhi kebutuhan Baitul Maal War Tamwil (BMT).
- d. Menjaga BMT agar dalam aktivitasnya senantiasa tidak lari dalam visi dan misinya.
- e. Tersedianya sistem pembukuan dan pencatatan data yang akurat.
- f. Terselenggaranya penilaian prestasi kerja karyawan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wewenang:

- a. Memimpin rapat koordinasi pembiayaan antara pengelola untuk memberikan keputusan terhadap pengajuan pembiayaan sebelum diajukan oleh rapat komite dengan BMT.
- b. Penyetujuan atau penolakan pengajuan pembiayaan dalam rapat koordinasi pengelola secara musyawarah dengan alasan-alasan yang jelas.
- c. Memberikan teguran dan sanksi atas pelanggaran yang dilakukan oleh karyawan BMT.
- d. Mengusulkan promosi, rotasi dan pemutusan Hubungan kerja (PHK) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- e. Melakukan penilaian prestasi karyawan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

6. Teller

Tanggung jawab:

- a. terselesaikan laporan kas harian.
- b. Terjaganya keamanan kas.
- c. Membuat cash flow mingguan untuk analisis.
- d. Menetapkan strategi yang harus dilakukan berdasarkan analisis.

Wewenang:

- a. Tidak memberikan berkas-berkas kepada pihak yang tidak berkepentingan.
- b. Memegang kas tunai sesuai dengan kebijakan yang berlaku.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- c. Menerima transaksi tunai.
- d. Menolak pengeluaran kas apabila tidak ada bukti-bukti pendukung memegang kunci brangkas.
- e. Mengusulkan strategi baru.

#### Analisis pembiayaan

#### Tanggung jawab:

- a. Memastikan seluruh pengajuan pembiayaan telah diproses sesuai dengan prosedur.
- b. Melakukan analisis pembiayaan dengan tepat dan lengkap dan mempersentasikan dalam rapat koordinasi pengelola dan rapat komite dengan pengurus.
- c. Pembentukan laporan pembiayaan sesuai dengan periode.
- d. Membuat surat teguran dan peringatan kepada mitra
- e. Melihat peluang potensi pasar yang ada dalam upaya pengembangan pasar

#### Wewenang:

- a. Memberikan usulan untuk pengembangan pasar kepada Direktur.
- b. Menentukan target pembiayaan bersama dengan Direktur dan analisis yang lain.
- c. Memberikan peringatan kepada mitra yang lalai untuk menunaikan janji sesuai dengan kesepakatan, memberikan masukan dan kritik membangun kepada bersama pengelola BMT termasuk kepada Direktur.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



CS/Back Office

Tanggung jawab:

- a. Pelayanan terhadap pembukuan dan penutupan rekening tabungan dan deposito serta mutasinya.
- b. Pelayanan terhadap setoran dan penarikan tabungan dan penerimaan SPP.
- c. Menerima pelunasan dan angsuran pembiayaan.
- d. Pelayanan awal kepada mitra yang mengajukan pembiayaan.
- e. Pengarsipan seluruh surat keluar atau masuk dan berkas-berkas pembiayaan.

Wewenang:

- a. Memberikan penjelasan kepada mitra mengenai produk BMT.
- b. Mencatat dan membukukukan transaksi kepada buku tabungan mitra.
- c. Memberi nomor bukti transaksi atas permintaan kasir.

Internal Auditor dan Administrasi pembiayaan

- a. Pembuatan laporan keuangan YKPI kepada pengurus YKPI.
- b. Pengarsipan laporan keuangan dan berkas-berkas yang berkaitan secara langsung dengan keuangan YKPI
- c. Menyiapkan administrasi pencairan pembiayaan.
- d. Pengarsipan jaminan pembiayaan.
- e. Membubukan angsuran pembiayaan harian kepada control pembiayaan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## D Sumber dan Cara Mendistribusikan Dana Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam

### 1. Sumber dana

Lembaga keuangan Syariah salah satunya BMT Al Ittihad Pekanbaru adalah lembaga perantara antara pihak surplus dana kepada pihak minus dana. BMT Al Ittihad Pekanbaru mempunyai dua fungsi yaitu *funding* (penghimpunan dana) dan *financing* (penyalur dan pembiayaan)

Pada BMT Al Ittihad Pekanbaru memiliki dua sumber dana dan sekaligus produk pendanaan yaitu:

#### a. Dana sendiri

- 1) Simpanan pokok khusus saham yang merupakan syarat untuk menjadi anggota penuh.
- 2) Simpanan pokok sebesar Rp. 50.000.00 yang dibayarkan satu kali dan merupakan syarat menjadi anggota biasa.
- 3) Simpanan wajib sebesar Rp. 20.000.00 yang dibayarkan setiap bulan.
- 4) Hibah dan Wakaf adalah pemberian seseorang kepada BMT Al Ittihad
- 5) Infak, shadaqah adalah titipan seseorang kepada BMT Al Ittihad Pekanbaru untuk dipakai sesuai dengan kepentingan.
- 6) Sisa hasil usaha (SHU) yang dicadangkan adalah sisa hasil usaha yang tidak dibagikan kepada anggota kemudian masuk sebagai modal BMT Al Ittihad Pekanbaru.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Dana pinjaman

1) Simpanan mudharabah

Adalah dimpanan suka rela anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad dengan mendapatkan bagi Hasil. Simpanan ini dapat diambil setiap saat. Simpanan mudharabah terdiri dari beberapa macam diantaranya, yaitu:

- a. Simpanan mudharabah biasa.
- b. Simpanan mudharabah pendidikan
- c. Simpanan mudharabah Haji
- d. Simpanan mudharabah Umrah
- e. Simpanan mudharabah Qurban
- f. Simpanan mudharabah Idul Fitri
- g. Simpanan mudharabah Walimah
- h. Simpanan mudharabah Aqiqah
- i. Simpanan mudharabah Wisata
- j. Simpanan mudharabah Perumahan.

2) Investasi

Adalah simpanan yang berjangka yang hanya dapat diambil dalam jangka waktu tertentu dengan jasa bagi hasil ditetapkan oleh BMT Al Ittihad. Investasi ini berupa deposito dan saham (sirkah)<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Dokumen Koperasi Syariah BMT Al Ittihad

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3) Simpanan wadi'ah

Adalah simpanan berupa titipan dana Nasabah pada BMT Al Ittihad tanpa diberikan bagi hasil, tapi bisa diberikan bonus infaq oleh BMT yang tidak ditetapkan besarnya.

## 2. Cara mendistribusikan dana pembiayaan

### a. Pembiayaan murabahah

Adalah memberi kredit modal kerja pada usaha produktif BMT melakukan pembelian barang sedangkan anggota/pengusaha melakukan pembayaran ditangguhkan.

### b. Pembiayaan musyarakah

Adalah pembiayaan dengan perjanjian antara BMT dengan anggota dimana BMT mengikut sertakan sebagian dana dalam usaha tersebut. Hasil usaha ini dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama dengan mempertimbangkan proporsi modal. Jika terjadi kerugian, maka kerugian ditanggung bersama sesuai dengan proporsi modal.

### c. Pembiayaan Ba'I Bitsaman Ajil (BBA)

Adalah pembiayaan berupa pembelian barang dengan pembayaran cicilan, bisa dikatakan sebagai kredit modal investasi.

### d. Pembiayaan Qardhul Hasan

Adalah berupa pembiayaan dengan syarat ringan pada anggota dengan tidak ditentukan atau dikenakan bagi hasilnya.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. Strategi Promosi

##### 1. Pengertian strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* (*stratus*=militer dan *ag* = memimpin) yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Makna yang terkandung dalam strategi adalah sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan eksternal pada suatu industri. Porter menjelaskan makna terpenting dari pemahaman strategi sebagai mengambil tindakan yang berbeda dari perusahaan pesaing dalam satu industri guna mencapai posisi yang lebih baik.<sup>20</sup>

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis. Menurut John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, faktor-faktor lain.

<sup>20</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, (Jakarta: Pranadamedia Group, Edisi 1, Cet. Ke-1, 2016) hlm.16

Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.<sup>21</sup>

Sedangkan menurut Henry Mintzberg mendefinisikan strategi sebagai 5P, yaitu: strategi sebagai perspektif, strategi sebagai posisi, strategi sebagai perencanaan, strategi sebagai pola kegiatan, dan strategi sebagai penipuan (*poly*), yaitu muslihat rahasia. Sebagai perspektif, dimana strategi dalam bentuk misi, misi menggambarkan perspektif kepada semua aktifitas, sebagai posisi dimana dicari pilihan untuk bersaing. Sebagai perencanaan dalam hal strategi menentukan tujuan perpormansi perusahaan. Sebagai pola kegiatan, dimana dalam strategi dibentuk suatu pola yaitu umpan balik dan penyesuaian.

Dari berbagai definisi diatas mengenai strategi, secara umum dapat didefinisikan bahwa strategi adalah rencana tentang serangkaian yang mencakup seluruh elemen yang kasat mata ataupun yang tak kasat mata untuk menjamin keberhasilan untuk mencapai tujuan.<sup>22</sup>

<sup>21</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, Cet. Ke-1, 2010) Hlm. 29

<sup>22</sup> Hutabarat, M. Huseini, *Pengantar Manajemen Strategi Kontemporer, Strategi ditengah Operasional*, (Jakarta: Erlangga, 2010), Hlm. 6

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Macam-macam strategi, Iklan adalah segala sajian informasi nonpersonal berbayar perihal produk, merek, Perusahaan, atau toko. Biasanya iklan memiliki sponsor yang sudah dikenal. Iklan dimaksudkan untuk memengaruhi afeksi dan kognisi konsumen evaluasi, perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, dan citra konsumen menyangkut produk dan merek. tujuan akhir iklan adalah memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Promosi Penjualan adalah stimulus langsung terhadap konsumen agar melakukan pembelian. Penjualan Personal adalah melibatkan interaksi personal langsung diantara calon pembeli dan petugas penjualan. Penjualan personal bisa menjadi cara promosi yang ampuh setidaknya untuk dua alasan.

Pertama, komunikasi personal dengan petugas penjualan meningkatkan keterlibatan konsumen dengan produk dan/atau proses keputusan, konsumen lebih termotivasi memperhatikan dan memahami informasi yang disajikan petugas penjualan mengenai produknya. Kedua, situasi komunikasi interaktif memungkinkan petugas penjualan menyesuaikan presentasi penjualannya agar sesuai dengan kebutuhan informasi setiap calon pembeli. Publisitas adalah bentuk komunikasi apapun mengenai perusahaan, Produk, atau merek pemasar tanpa bayar.<sup>23</sup>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>23</sup> J. Paul Peter, Jerry C.Olson, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*,(Jakarta: Selemba Empat,2014)Hlm.205

## 2. Pengertian promosi

Promosi menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah dalam rangka memajukan usaha dagang dan sebagainya.<sup>24</sup> Dari pendapat para ahli, promosi mempunyai pengertian yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut dapat diketahui dari beberapa definisi sebagai berikut:

Menurut Stanson, promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan personal, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Sedangkan menurut Lamb, Hair, Mc-Daniel, promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon.<sup>25</sup>

Promosi adalah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembeli atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan<sup>26</sup>

<sup>24</sup> Meity Taqdir Qodratillah, Dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian dan Kebudayaan, 2011, Hlm.429

<sup>25</sup> Muhammad Jaiz, *Dasar-Dasar Periklanan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), Hlm.43

<sup>26</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Selemba Empat, Edisi 3, 2013) Hlm.178



Promosi merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai Proses lanjut, karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Oleh karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.<sup>27</sup>

### 3. Tujuan Promosi

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:<sup>28</sup>

- a. Menginformasikan maksudnya adalah menginformasikan pasar tentang produk baru, mengemukakan manfaat baru sebuah produk, menginformasikan pasar tentang perubahan harga, menjelaskan bagaimana produk bekerja, menggambarkan jasa yang tersedia, memperbaiki kesan yang salah, mengurangi ketakutan pembeli, membangun citra Perusahaan.
  1. Menginformasikan pasar mengenai produk baru.
  2. Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk.
  3. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar.

<sup>27</sup> Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern ( Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*,(Yogyakarta: Liberty, 2015),Hlm.222

<sup>28</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Ed.IV,( Yogyakarta: Andi, 2015),Hlm.221

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Menjelaskan cara kerja produk.
5. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan.
6. Meluruskan kesan yang salah
7. Mengurangi ketakutan dan kekhawatiran pembeli.
8. Membangun citra perusahaan
- b. Membujuk, maksudnya mengubah persepsi mengenai atribut produk agar diterima pembeli.
  1. Membentuk pilihan Merk
  2. Mengalihkan pilihan ke Merk lain.
  3. Mengubah persepsi Pelanggan terhadap atribut produk.
  4. Mendorong pelanggan untuk belanja pada saat itu juga.
  5. Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan salesman
- c. Mengingatkan, maksudnya agar produk tetap diingat pembeli sepanjang masa, mempertahankan kesadaran akan produk yang paling mendapat perhatian. Setelah diadakan promosi diharapkan konsumen, melakukan pembelian. Pembelian adalah akhir dari proses komunikasi. Pembeli juga memiliki keterikatan yang tinggi dengan produk yang dikonsumsi.<sup>29</sup>
  1. Mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
  2. Mengingatkan pembeli akan tempat yang menjual produk perusahaan.

<sup>29</sup> Nurul Huda Dkk, *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi*, (Depok: Kencana, 2017), Hlm.24

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Membuat pembeli akan tetap ingat walaupun tidak ada kegiatan kampanye iklan menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.<sup>30</sup>

#### 4. Strategi Promosi

Suatu perencanaan yang cermat dari segala kegiatan yang akan dilaksanakan agar dapat, mencapai sasaran sesuai dengan yang diharapkan, dalam kegiatan sehari-hari kita juga sering kali menyamakan kata strategi dengan taktik, karena memang secara harfiah pengertian hampir mirip, seperti diartikan dalam kamus Besar bahasa Indonesia, taktik adalah rencana atau tindakan yang bersistem untuk mencapai tujuan, siasat, muslihat. Dari pengertian sebenarnya ada perbedaan dalam penerapannya strategi diartikan sebagai suatu rencana kegiatan menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karena itu dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan maupun diluar perusahaan tetapi taktik bagaimana perusahaan melaksanakan strategi itu dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, harus dirahasiakan dan tidak semua orang dapat mengetahui.<sup>31</sup>

Strategi promosi merupakan bagian yang harus dilakukan dalam setiap aktivitas atau kegiatan yang akan dilakukan. Dalam ilmu manajemen yaitu: *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (pengarahan) dan *Controlling* (pengawasan), prinsip manajemen yang pertama

<sup>30</sup> *Ibid*, Hlm.339

<sup>31</sup> Iban Sofyan, *Manajemen Strategi: Teknik Penyusunan Serta Penerapannya Untuk Pemerintah dan Usaha*, (Yogyakarta:Graha Ilmu 2015),Hlm.3

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yaitu perencanaan sangat berguna bagi setiap pengambil kebijaksanaan agar dapat menjadi pedoman dalam setiap aktivitas yang dilakukan, setiap kegiatan perencanaan akan menghasilkan suatu rencana perusahaan baik secara garis besar maupun secara detail, dengan adanya perencanaan yang telah disusun, maka dengan mudah diketahui kemana arah usaha yang akan dijalankan. Namun hal yang paling utama adalah perencanaan berguna bagi tolak ukur kinerja suatu perusahaan, apakah target yang ditetapkan berhasil dicapai atau tidak sehingga perusahaan dapat melakukan evaluasi terhadap strategi perusahaan,<sup>32</sup>

Strategi promosi memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi, maka implemetasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu merk atau nilai produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis. Strategi pemasaran bagi setiap perusahaan dapat berfungsi sebagai berikut:<sup>33</sup>

- a. Sebagai respon organisasi untuk menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan sepanjang siklus bisnis.
- b. Sebagai upaya untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan menggunakan koordinasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik dalam lingkungan tertentu.

<sup>32</sup> M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Syariah*,(Bandung: Alfabeta,2010),Hlm.60

<sup>33</sup> Ali Hasan op.cit Hlm.119

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Sebagai kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, memberikan kesatuan arah bagi semua mitra internal perusahaan.
- d. Sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi.
- e. Sebagai alat fundamental untuk mencapai tujuan dengan mengembangkan keunggulan pesaing yang berkesinambungan dalam melayani pasar sasaran.<sup>34</sup>

Strategi Promosi adalah sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberi kontribusi pada kinerja laba jangka panjang. Pengembangan strategi promosi yang efektif sangat bergantung pada seberapa baik perusahaan melakukan tahap-tahap awal proses manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan pemahaman perilaku pembeli, segmentasi pasar, analisa persaingan, penetapan pasar sasaran, dan penentuan strategi promosi memainkan peran penting pada program pemasaran perusahaan karena strategi promosi merupakan upaya perusahaan untuk berkomunikasi dan menjual produk kepada konsumen.<sup>35</sup>

<sup>34</sup> M Nur Nur Rianto Al Arif, Op.cit., hlm. 74

<sup>35</sup> Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Pranada, 2010), Hlm. 1

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ada beberapa strategi promosi yang dapat digunakan antara lain :

- a. Strategi *defensive* (bertahan), merupakan langkah yang dilakukan dengan strategi promosi yang sifatnya hanya sekedar agar konsumen tidak lupa akan merek suatu produk atau berpaling ke merek lain. Strategi ini akan lebih efektif jika digunakan oleh perusahaan yang telah memiliki *market share* dan *market grow* diyakini masih tinggi.
- b. Strategi *attack* (ekspansi) merupakan strategi yang dilakukan guna memperoleh atau merebut pangsa pasar yang lebih besar lagi. Strategi ini lebih efektif lagi digunakan bila *market share* masih rendah namun potensi *market grow* diyakini masih tinggi.
- c. Strategi *develop* (berkembang), umumnya digunakan oleh produk yang telah memiliki pangsa pasar yang lebih relative tinggi namun dengan tingkat pertumbuhan yang sangat lambat.
- d. Strategi *observe* (observasi), digunakan jika menghadapi situasi pasar yang tidak berkembang dan pangsa pasarnya kecil.<sup>36</sup>

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Biasanya dalam kegiatan promosi, perusahaan berusaha memuji dan mengemukakan keunggulan barang yang dijualnya. Secara umum promosi dapat dilakukan melalui lima strategi sebagai berikut:

<sup>36</sup> Basu Swasta, *op.cit*, Hlm.249

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### 1. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Kegiatan ini dilakukan melalui para penjual, yang dikenal dengan sebutan pramuniaga, wiraniaga atau sales, yang berhadapan langsung dan mempengaruhi calon pelanggan dengan komunikasi yang persuasif.

### 2. Periklanan (*advertising*)

Kegiatan ini dilakukan melalui pemasangan reklame, iklan, brosur, leaflet, dan berbagai bentuk lainnya. Tujuan ialah untuk menarik calon pelanggan dengan mempromosikan keunggulan barang yang dijualnya. Selalu menekankan “*point plus*” berupa kelebihan dan keistimewaan barang dagangannya. Akan tetapi dalam ilmu pemasaran ada suatu prinsip yang harus dijaga tidak boleh diabaikan yaitu disebut “*truth in advertising*” artinya iklan, reklame, pujian terhadap barang sendiri, tidak boleh berlebihan dan membohongi calon pembeli, jika iklan mengandung unsur kebohongan apalagi menipu orang, akhirnya akan menimbulkan “*advertising impact*” yang negatif, inilah yang disebut dalam agama dengan istilah najasy atau dapat diistilahkan dengan reklame palsu

Perbuatan najasy sering dilakukan orang pada zaman jahiliyah untuk melariskan barangnya, banyak pebisnis yang menyatakan sumpah demi Allah bahwa ia tidak punya untung, atau harga belinya jauh lebih mahal dari harga yang ditawarkan dan bentuk sumpah lainnya dengan tujuan agar barangnya laku. Rasulullah Saw. Melarang banyak-banyak sumpah dalam jual beli. Ditegaskan dalam HR. Muslim sebagai berikut:

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya:”Jauhilah banyak sumpah dalam jual beli, karena sesungguhnya hal itu betul melariskan dagangan, akan tetapi menghapuskan keberkahan”. Rasulullah Saw. Sangat tidak menyenangi perkataan yang banyak menggunakan sumpah ini karena mereka bersumpah, setelah itu mereka banyak berbuat dosa, mereka bersumpah setelah itu mereka berbohong.

Jika perilaku tidak jujur ini seringkali dilakukan oleh produsen maka akan muncul gejala konsumerisme, yang berarti gerakan protes dari kaum pelanggan terhadap produsen atau pedagang yang suka menipu meteka.

### 3. Publikasi (*Publicity*)

Publikasi adalah kegiatan berupa pembuatan berita di surat kabar, radio, atau televisi. Berita ini dibuat oleh para wartawan media tersebut, dan tidak dipungut bayaran. Biasanya para pengacara mengadakan temu wicara, atau “*press release*” dengan para wartawan kemudian beritanya dimuat di media massa.

### 4. Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Merupakan usaha promosi yang dilakukan dengan harapan meningkatkan penjualan dalam jangka pendek. Misalnya seorang pengusaha mengadakan kegiatan jual obral, atau memberikan diskon khusus, agar calon konsumen tertarik untuk membeli. Jadi teknik promosi penjualan ini dapat berbentuk berbagai kegiatan seperti:

- a. Banting harga, jual obral, korting besar, cuci gudang dan sebagainya.
- b. Memberikan hadiah, baik berupa langsung maupun hadiah berupa undian.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- c. Mengadakan show (pertunjukan) guna menarik calon pembeli.
- d. Mengadakan fair, pasar malam, bazar dan sebagainya.

#### Hubungan Masyarakat (*Public re lation*)

Hubungan masyarakat merupakan suatu usaha menjaga hubungan baik dengan masyarakat, dengan selalu menginformasikan apa yang telah dilakukan oleh lembaga, dan rencana apa yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang. Dengan adanya informasi ini maka masyarakat akan menaruh perhatian terhadap organisasi.<sup>37</sup>

Faktor yang mempengaruhi promotion mix, pada umumnya periklanan dan personal selling merupakan alat promosi utama untuk produk dan jasa, dalam praktek kedua kegiatan tersebut dapat didukung serta lengkapi dengan promosi penjualan. Sedangkan publisitas dapat membantu dalam pemberian kesan positif bagi perusahaan maupun *product line*. Dalam prakteknya, manajemen harus menjadi kombinasi yang terbaik atas penggunaan alat-alat tersebut. Disini, kesulitan yang dihadapi adalah bahwa manajemen tidak dapat mengetahui secara pasti tentang luasnya kegiatan periklanan, personal selling, publisitas, atau alat promosi lainnya yang dipakai untuk menciptakan tujuan program penjualan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>37</sup> Buchari Alma Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung, Alfabeta, 2014), Hlm.230-233

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan kombinasi terbaik dari variabel-variabel *promotion mix*, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

a. Besarnya dan yang digunakan untuk promosi

Jumlah dana yang tersedia merupakan faktor penting yang mempengaruhi *promotion mix*, perusahaan atau lembaga keuangan yang memiliki dana yang lebih besar, kegiatan promosinya akan lebih efektif dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai sumber dana lebih terbatas.

b. Sifat pasar

Beberapa sifat pasar yang mempengaruhi *promotion mix* meliputi luas pasar secara geografis, konsentrasi pasar, macam-macam pembeli.

1. Luas pasar secara geografis

Bagi perusahaan yang mempunyai pasar lokal mungkin sudah cukup menggunakan *personal selling* saja, tetapi bagi pasar yang mempunyai pasar nasional paling tidak harus menggunakan periklanan.

2. Konsentrasi pasar

Konsentrasi pasar ini dapat mempengaruhi strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap: jumlah calon pembeli, jumlah pembeli potensial yang macamnya berbeda beda, dan konsentrasi secara nasional. Perusahaan yang hanya memusatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penjualannya pada satu kelompok pembeli saja, maka penggunaan alat promosinya akan berbeda dengan perusahaan yang menjual pada semua kelompok pembeli.

### 3. Macam-macam pembeli

Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan juga dipengaruhi oleh objek atau sasaran dalam kampanye penjualannya, apakah pembeli industri, konsumen rumah tangga, atau pembeli lainnya.

#### c. Jenis produk yang di promosikan

Faktor lain yang turut mempengaruhi strategi promosi perusahaan adalah jenis produknya. Apakah produk yang ditawarkan tersebut benar-benar sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen atau tidak.

#### d. Tahap-tahap dalam siklus kehidupan barang

Strategi yang akan diambil untuk mempromosikan produk atau barang dipengaruhi oleh tahap-tahap dalam siklus kehidupan barang yaitu sebagai berikut:

1. Tahap pengenalan: perusahaan harus berusaha mendorong untuk meningkatkan permintaan untuk satu macam produk lebih dulu, bukan permintaan untuk produk dengan merk tertentu.
2. Tahap pertumbuhan: perusahaan dapat menitik beratkan periklanan dalam kegiatan promosinya.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Tahap kemunduran atau penurunan: perusahaan harus sudah menciptakan produk yang lebih baik. Ini disebabkan karena produk yang lama penjualannya sudah tidak menentu dan tingkat labanya semakin menurun.

## B. Baitul Maal Wattamwil (BMT)

Baitul Maal Wattamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang berintikan bait al-mal wat-tamwil dengan kegiatan menegembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil bawah dan menengah dan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonominya.<sup>38</sup>

BMT bersifat terbuka, independen, berorientasi pada pengembangan tabungan dan pembiayaan untuk mendukung bisnis ekonomi yang produktif bagi Anggota dan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar terutama usaha mikro dan fakir miskin.<sup>39</sup> Secara konseptual BMT memiliki dua fungsi yaitu:

1. Bait at-tamwil (bait artinya rumah, at-tamwil artinya pengembangan harta) melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil terutama dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.

<sup>38</sup> Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tanwil*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), Hlm.23

<sup>39</sup> Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2011) hlm.380

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bait al-maal (bait artinya rumah, maal artinya harta) menerima dana titipan zakat, infaq dan sedekah serta mengoptimalkan distribusi sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

Sebagai lembaga usaha yang mandiri, BMT memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Berorientasi bisnis, yaitu memiliki tujuan untuk mencari laba bersama dan meningkatkan pemanfaatan segala potensi ekonomi yang sebanyak-banyaknya bagi para anggota dan lingkungan.
2. Buka merupakan lembaga sosial, tetapi dapat dimanfaatkan untuk mengelola dana sosial ummat. Seperti, zakat, infak, hibah dan wakaf.
3. Lembaga ekonomi memiliki bersama antara kalangan masyarakat bawah dan kecil serta bukan milik perorangan atau kelompok tertentu diluar sekitar BMT.

Sejarah perkembangan BMT di Indonesia, latar belakang berdirinya BMT bersama dengan usaha pendirian usaha Bank Syariah di Indonesia, yakni pada tahun 1990-an. BMT semakin berkembang tatkala pemerintah mengeluarkan kebijakan hukum ekonomi UU No. 7/1992 tentang perbankan dan PP No. 72/1992 tentang Bank perkreditan Rakyat berdasarkan bagi hasil.

Pada saat yang bersamaan, ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) sangat aktif melakukan pengkajian intensif tentang pengembangan ekonomi Islam Indonesia. Dari berbagai penelitian dan pengkajian tersebut, terbentuklah

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BMT-BMT di Indonesia. ICMI berperan besar dalam mendorong pendirian BMT-BMT di Indonesia.

Disamping itu ICMI beberapa organisasi masa Islam, seperti, NU, Muhammadiyah, persatuan Islam dan Ormas-Ormas lainnya mendukung upaya pengembangan BMT-BMT di Indonesia. Hal tersebut dilakukan untuk membangun sistem ekonomi Islam melalui pendirian Islam lembaga keuangan Syariah.

Hasil positif tersebut dirasakan oleh masyarakat terutama kalangan usaha kecil dan menengah, mereka sering memanfaatkan pelayanan BMT yang kini tersebar diseluruh Indonesia. Hal ini disebabkan mereka memperoleh banyak keuntungan dan kemudahan dari BMT yang tidak mereka peroleh sebelumnya dari lembaga sejenis yang menggunakan pendekatan konvensional.

BMT terus berkembang, BMT akan terus berproses dan berupaya mencari terobosan baru untuk memajukan perekonomian masyarakat, karena masalah muamalat memang berkembang dari waktu ke waktu. BMT begitu marak belakangan ini seiring dengan upaya ummat untuk kembali berekonomi sesuai Syariah dan berkontribusi menanggulangi krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak tahun 1997.

Karena prinsip penentuan suka rela yang tak memberatkan, kehadiran BMT menjadi angin segar bagi para nasabahnya, itu terlihat dari operasinya yang semula hanya terbatas di lingkungannya, kemudian menyebar ke daerah lainnya. Dari semua ini, jumlah BMT pada tahun 2003 ditaksir 3000-an tersebar di

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Indonesia, dan tidak menutup kemungkinan pertumbuhan BMT pun akan semakin meningkat seiring bertambahnya kepercayaan masyarakat.<sup>40</sup>

Dasar hukum dan peraturan hukum BMT, pesatnya aktivitas ekonomi masyarakat berbasis Syariah membuat kehadiran regulasi yang mandiri menjadi sebuah keniscayaan, Bank-Bank Syariah dan BPRS tunduk pada peraturan Bank Indonesia, sedangkan lembaga keuangan mikro (LKM) dalam bentuk BMT hingga saat ini belum ada regulasi yang mandiri dan realitasnya berbadan hukum koperasi sehingga tunduk terhadap peraturan perkoperasian.

Sedangkan ditinjau dari segmen usahanya BMT juga termasuk UKM karena juga mengikuti peraturan-peraturan terkait pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Hingga saat ini status kelembagaan atau badan hukum yang memayungi keabsahan BMT adalah koperasi. Hal ini berarti kelembagaan BMT tunduk pada Undang-Undang perkoperasian Nomor 17 tahun 2012 dan secara spesifik diatur dalam keputusan menteri Negara Koperasi dan UKM RI Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004.

Anggota BMT adalah orang-orang yang secara resmi mendaftarkan diri sebagai anggota BMT dan dinyatakan diterima oleh badan pengelola. Selain hak untuk mendapatkan keuntungan atau menanggung kerugian yang diperoleh BMT, anggota juga memiliki hak untuk memilih dan dipilih sebagai anggota

---

<sup>40</sup> *Ibid*, Hlm.24

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

badan pengawas. Anggota BMT bisa terdiri dari para pendiri dan para anggota biasa yang mendaftarkan diri setelah BMT berdiri dan beroperasi.<sup>41</sup>

### Promosi Dalam Islam

Promosi dalam Islam merupakan praktik muamalah berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam yang melibatkan pihak-pihak yang berkepentingan guna memperoleh mamfaat dan nilai. Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen. Dalam Islam Rasulullah Shallallahu ‘alaihi Wasallam. Melakukan promosi dengan memberikan informasi apa adanya dan tidak berlebihan sehingga pembeli dapat memperoleh informasi produk dengan jelas. Rasulullah Shallallahu ‘alaihi Wasallam juga menekankan etika dalam promosi yaitu tidak diperbolehkan mengeksploitasikan wanita secara berlebihan dalam rangka menarik minat barang yang diperjual belikan.

Aturan-aturan promosi menurut Agama Islam adalah tidak dibenarkan melakukan penipuan baik perilaku maupun perkataan. Sebagaimana Firman Allah dalam Al-Qur’an surah Az-Zuhkhruf [43] ayat 19 Yaitu:

وَجَعَلُوا الْمَلَائِكَةَ الَّذِينَ هُمْ عِبْدُ الرَّحْمَنِ إِنثًا أَشْهَدُوا خَلْقَهُمْ سَتُكْتَبُ

شَهَادَتُهُمْ وَيُسْأَلُونَ ﴿١٩﴾

Artinya: “dan mereka menjadikan Malaikat-malaikat Hamba-hamba (Allah) yang maha pengasih itu sebagai jenis Perempuan. Apakah mereka menyaksikan penciptaan (Malaikat-malaikat itu)? Kelak akan

<sup>41</sup> Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*,(Jakarta:Kencana, 2018),Hlm.483



*dituliskan kesaksian mereka dan akan dimintakan pertanggung jawaban”.*

Al-Qur'an mengutuk segala bentuk pernyataan palsu, tuduhan tidak mendasar, informasi dan kesaksian palsu. Oleh karena itu etika pemasaran Syariah menekankan aturan aturan sebagai berikut:

- a. Menghindari iklan palsu dan menyesatkan
- b. Penolakan praktik manipulasi atau taktik penjualan yang menyesatkan.
- c. Menghindari promosi penjualan yang menggunakan penipuan.
- d. Tidak boleh mengguakan daya tarik seksualitas
- e. Mengundang emosi
- f. Mengundang ketakutan.<sup>42</sup>

Dewasa ini sering kita jumpai cara pemasaran yang tidak etis, curang dan tidak profesional kiranya perlu dikaji bagaimana akhlak kita dalam kegiatan Ekonomi secara keseluruhan atau lebih khusus lagi akhlak dalam pemasaran kepada masyarakat dari sudut pandangan Islam. Kegiatan pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya yakni religius, beretika, realistik dan mengunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Inilah yang dinamakan marketing Syariah, dan inilah konsep terbaik marketing untuk hari ini dan masa depan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>42</sup> Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah*, (Malang: Raja Grafindo Persada, 2017), Hlm165

Dalam pemasaran ada sembilan etika pemasaran, yang akan menjadi prinsip-prinsip bagi Syariah marketer dalam menjalankan Fungsi-fungsi pemasaran, yaitu:

- a. Memiliki kepribadia spritual (Takwa)
- b. Berprilaku baik dan simpatik (Shidq)
- c. Berlaku adil dalam bisnis (Al-Adlu)
- d. Bersikap melayani dan rendah hati (Khidmah)
- e. Menepati janji dan tidak curang
- f. Jujur dan terpercaya (Al-Amanah)
- g. Tidak suka berburuk sangka (Su'uzh-zhann)
- h. Tidak suka menjelek-jelekkan (Ghibah)
- i. Tidak melaukan sogok (Riswah)

*Marketing* menganjurkan agar setiap orang dalam bisnisnya, selayaknya memiliki prilaku sebagai marketer sehingga mampu menggerakkan perusahaan, melihat, merespon dan secara tegas dilarang Islam.<sup>43</sup>

UIN SUSKA RIAU

<sup>43</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010),Hlm.20

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, baik dari observasi ke Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai dan cabang Panam, penyebaran Angket maupun Wawancara, terhadap pengurus sebagai pelengkap data penulis lakukan pada lembaga Keuangan Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai dan cabang Panam maka Penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Koperasi Syariah Al Ittihad cabang Rumbai dan Panam, Strategi Promosi yaitu: meningkatkan pelayanan, meningkatkan kualitas SDM, meningkatkan promosi dan meningkatkan kualitas keagamaan melalui syariat Islam. menggunakan konsep strategi segmentasi, targeting, positioning, serta juga mengembangkan konsep Promotion mix yang terdiri dari (penjualan pribadi, Periklanan, Publikasi, promosi penjualan dan Hubungan Masyarakat). Strategi Promosi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai tidak begitu aktif lagi menjalankan promosi sebab Anggotanya sudah cukup, sedangkan Strategi Promosi Koperasi syariah BMT Al Ittihad cabang Panam melakukan promosi cukup baik dijalankan, tetapi Anggota masih kurang efisien terjadi Fluktuasi.
2. Promosi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai dan cabang Panam, dalam menjalankan kegiatan strategi promosi yang dilakukan oleh

Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai dan cabang panam telah sesuai dengan kaedah ekonomi Syariah.

## B. Saran

Selain melihat data-data yang penulis teliti tentang Strategi Promosi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai dan cabang Panam, di sini penulis memberikan saran kepada semua kalangan (pihak) terutama pihak pengurus serta pimpinan Koperasi syariah BMT Al Ittihad.

1. Agar Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai dan cabang Panam dikenal Masyarakat, untuk itu harus lebih meningkatkan Strategi promosinya dan juga mengembangkan konsep Promotion mix yang terdiri dari (penjualan pribadi, Periklanan, Publikasi, promosi penjualan dan Hubungan Masyarakat) dan memperhatikan faktor penghambatnya yaitu: sistem serba online, apabila mati lampu akan mengambat, minimnya inovasi produk dibidang promosi, promosi media cetak dan elektronik kurang aktif, tingkat persaingan tinggi, dan pengetahuan Masyarakat masih minim tentang BMT Al Ittihad.
2. Diharapkan Koperasi syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai dan cabang Panam dalam menerapkan Startegi Promosi dengan tetap memperhatikan prinsip Syariah dan memperhatikan etika-etika pemasaran dalam Islam, serta terus menjadi lembaga keuangan yang sehat dan mencapai tujuan yang diharapkan.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfred Hanel. 2012. *Organisasi koperasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Alma Bukhori . 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma Buchari & Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung. Alfabeta
- Arjanto Suharsimi.2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnawi Nur dan Asnan Fanani Muhammad. 2017. *Pemasaran Syariah*. Malang: Raja Grafindo Persada
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Depag RI *Al-Qur'an dan terjemahnya 30 Juz*
- Departemen Agama, *AlQur'an Hafalan Mudah*. 2017. Bandung: Cordoba.
- Dzajuli. 2016. *Kaidah Kaidah Fiqih, Cet.6*. Jakarta: Kencana
- Hasan Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia
- \_\_\_\_\_. 2011. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasan Ridwan Ahmad. 2013. *Manajemen Baitul Mal Wa Tanwil*. Bandung: Pustaka Setia.
- Huda Nurul Dkk. 2017. *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi*. Depok: Kencana.
- Israil. 2014. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Jah Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jupanis. 2014. , *Manajemen Kewirausahaan Islam*. Makassar: Alauddin university Press.
- Kamir. 2016. *pemasaran Bank*. Jakarta: pranada media.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kotler Philip .2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Lupiyoadi Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Selemba Empat.

Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Pranada.

Mulyadi Dedi. *Marketing Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Panam*. Wawancara

M. Huseini Hutabarat. 2010. *Pengantar Manajemen Strategi Kontemporer, Strategi ditengah Operasional*. Jakarta: Erlangga.

Peter J. Paul dan Jerry C.Olson. 2014. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Selemba Empat.

Revrison Baswir. 2017. *Koperasi Indonesia*. Yogyakarta: BPFE

Rianto M Nur Al Arif. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Syariah*. Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2011. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Solo: Era Adicitra Intermedia

Soemitra Andri. 2018. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana..

Sofyan Iban. 2015. *Manajemen Strategi: Teknik Penyusunan Serta Penerapannya Untuk Pemerintah dan Usaha*. Yogyakarta:Graha Ilmu.

Swasta Basu dan Sukotjo Ibnu. 2015. *Pengantar Bisnis Modern ( Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*. Yogyakarta: Liberty

Swasta Basu. 2015 . *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

Tabrani Wawancara. Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai

Taadir Qodratillah Meity. Dkk. 2011. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* . Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian dan Kebudayaan

Tanjung M Azrul. 2016. *Koperasi dan UMKM*. Jakarta: Erlangga.

Tjoto Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*., Ed.IV. Yogyakarta: Andi

W Cravens David. 2010. *Pemasaran strategi*. Jakarta: Erlangga.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

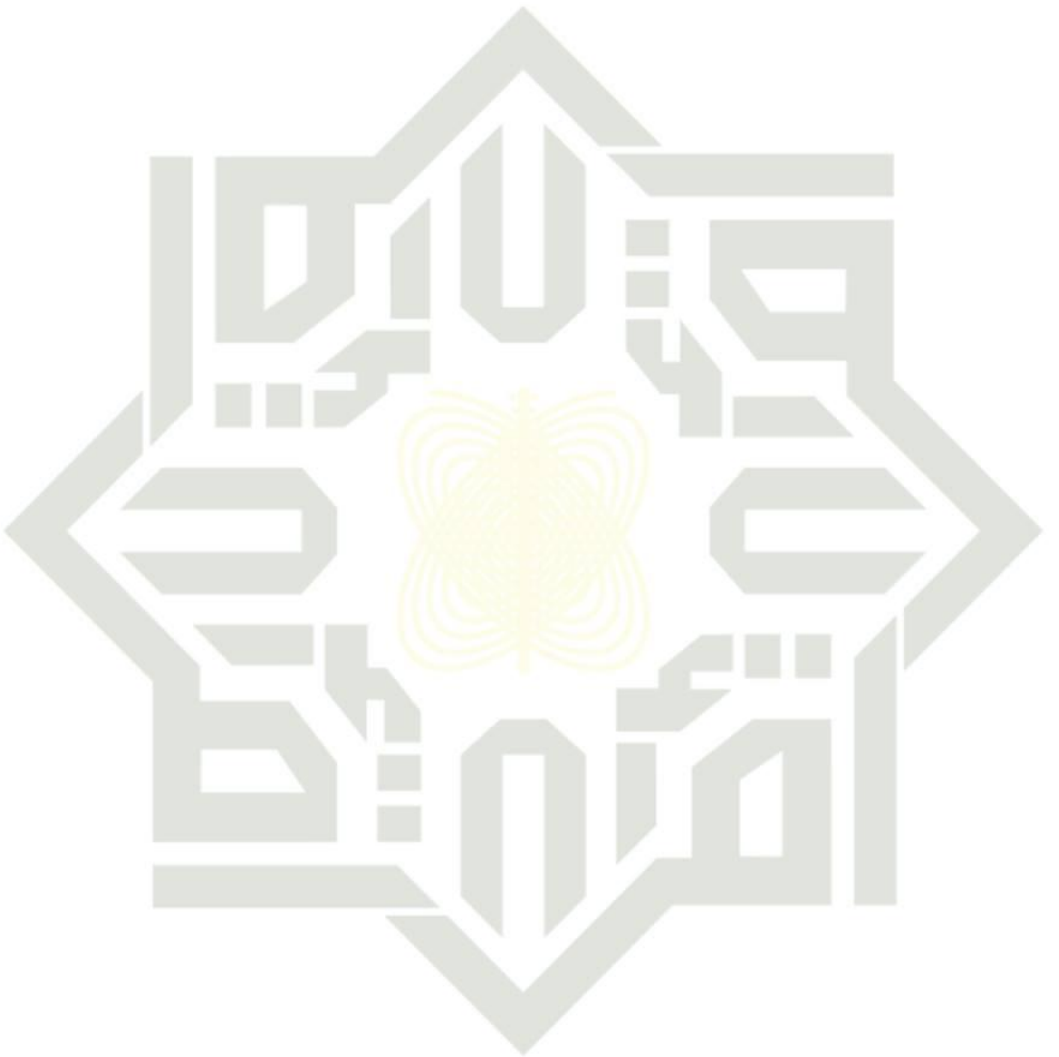
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Yani Akhmad. *Wawancara*. Customer Service Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Panam

Yusuf Arif Hamali.2016. *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta: Pranadamedia Group.



UIN SUSKA RIAU

## LAMPIRAN WAWANCARA

1. Bagaimana strategi promosi penjualan pribadi Koperasi Syariah BMT Al Ittihad dalam meningkatkan jumlah Anggota?
2. Apa saja produk yang ditawarkan oleh koperasi Syariah BMT Al Ittihad?
3. Media apa saja yang dilakukan dalam Periklanan?
4. Apa saja kendala yang dihadapi dalam melaksanakan promosi koperasi Syariah BMT Al Ittihad?
5. Apakah ada mempromosikan melalui surat kabar, Radio atau Televisi?
6. Adakah memberikan hadiah kepada Anggota?
7. Adakah memberikan keringanan/tenggang waktu bagi Anggota yang telat bayar?
8. Apakah ada kegiatan Sosial Masyarakat Koperasi Syariah BMT Al Ittihad?
9. Apa kelebihan produk Koperasi Syariah BMT Al Ittihad?
10. Bagaimana sikap pengurus dalam melayani anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad?

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## LAMPIRAN-LAMPIRAN



Wawancara dengan Pengurus Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai



Wawancara dan Mengisi Kuesioner pengurus Koperasi Syariah cabang Rumbai

© Hak cipta

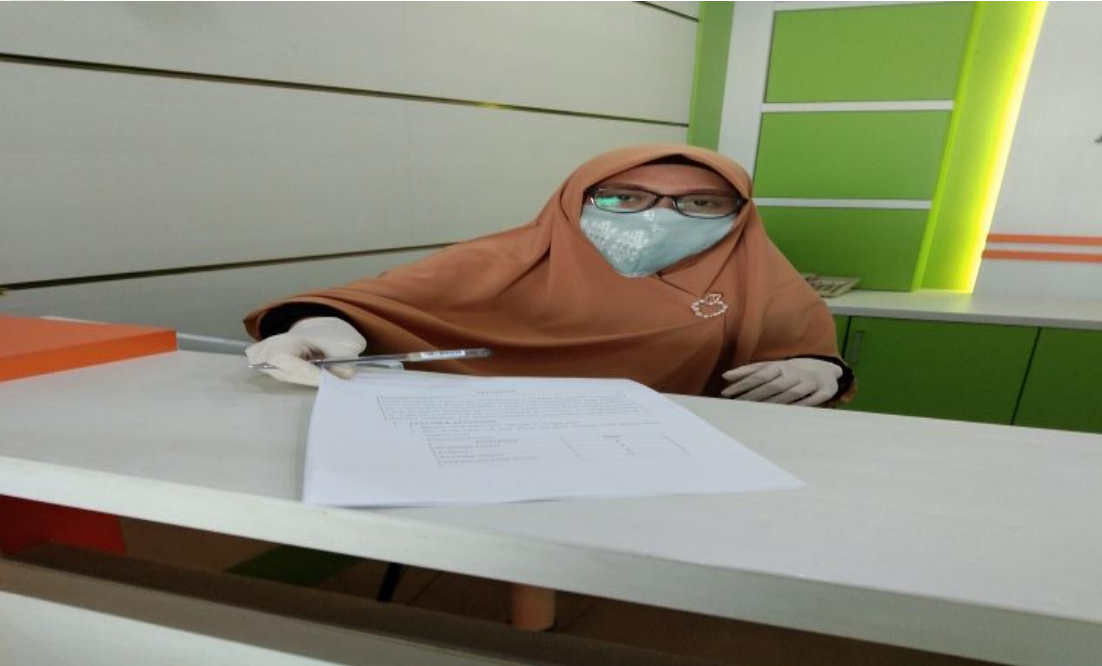
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Suifan Syarif Kasim

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pengisian Angket Pengurus Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai



Pengisian Angket Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai

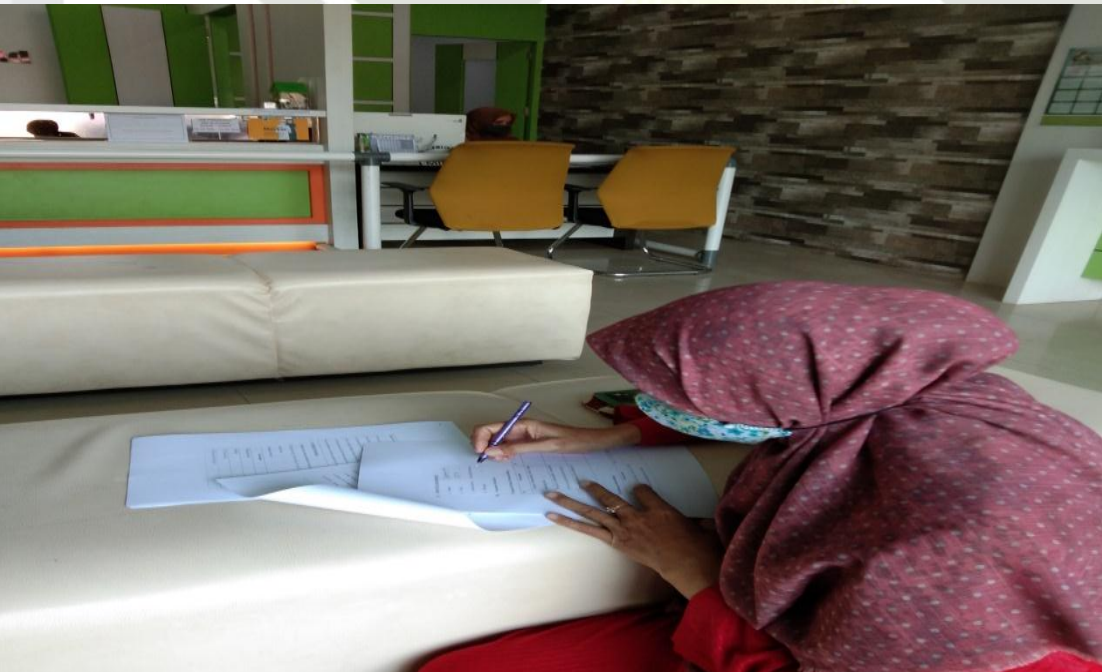
© Hak c

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pengisian Angket Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai



Pengisian Angket Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Rumbai

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara dan Pengisian Angket Pengelola Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Panam



Pengisian Angket pengelola Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Panam

© Hak c

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pengisian Angket Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad cabang Panam

## KUESIONER

Responden yang terhormat,

Nama saya Sukron Lubis, Saya adalah Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau yang sedang melakukan penelitian pada Pengurus dan Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbai dan Cabang Panam. Untuk itu mohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini. Tidak ada jawaban SALAH dalam pengisian Kuesioner ini dan identitas saudara/i akan saya rahasiakan. Atas bantuan saudara/i saya mengucapkan banyak terimakasih.

### I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah setiap pernyataan dibawah ini dengan teliti
2. Beri tanda ceklis (✓) atau silang (X) pada jawaban yang paling sesuai menurut anda.

Keterangan Jawaban:

Keterangan	Nilai
SS (Sangat Setuju)	4
S (Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**II. IDENTITAS RESPONDEN**

- a. Nama : .....
- b. Umur : .....
- c. Jenis Kelamin : Laki-Laki/Perempuan
- d. Pekerjaan : .....

**III. Kuesioner Penelitian**

**Pengjualan Pribadi (Personal Selling)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Pengurus Menjelaskan produk dengan baik dan jelas				
2	Pengurus menyampaikan keunggulan Produk yang diinginkan oleh Anggota				
3	Pengurus mendatangi toko pedagang di pasar				

**Periklanan (Advertising)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Pengurus melakukan promosi melalui Facebook, Instagram atau Internet				

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	Pengurus memberikan Brousur Kepada Anggota dan Anggota baru				
3	Setelah melihat iklan diberbagai media saya tertarik untuk menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad				

**Publikasi (Publicity)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Pengurus melakukan promosi melalui surat kabar, Radio, atau televisi				
2	Mengajak tetangga menjadi Anggota pada Koperasi Syariah BMT Al Ittihad				
3	Mengetahui keadaan koperasi Syariah dari surat kabar, Radio, televisi				

**Promosi Penjualan(Sales Promotion)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Memberikan Hadiah bagi Anggota				
2	Memberikan tenggang waktu bagi Anggota yang telat bayar				



### Hubungan Masyarakat (Public Relation)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad karena ingin membuka Usaha				
2	Koperasi Syariah BMT Al ittihad ikut serta acara Islami				
3	Pengurus Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Ramah dan sopan				

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN  
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Komparatif Cabang Rumbai dan Cabang Panam)”, yang ditulis oleh:

Nama : SUKRON LUBIS  
NIM : 11625103941  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Juli 2020  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. H. Maghfirah, MA**

Sekretaris  
**Ahmad Fauzi, S.HI, MA**

Penguji I  
**Syamsurizal, SE., M.Sc., Ak, CA**

Penguji II  
**Jonnius, SE., MM**

Mengetahui :  
Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni  
Fakultas Syariah dan Hukum

**Jalinus, S.Ag**  
NIP. 19750801 200701 1 023

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون  
FACULTY OF SYARI'AH AND LAW


Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

**BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN**

1. N A M A : Sukron lubis
2. NOMOR MAHASISWA : 11625103941
3. JUDUL USUL PENELITIAN : Strategi promosi dalam meningkatkan jumlah anggota ditinjau menurut ekonomi syariah (studi komperatif koperasi syariah cabang rumbai dan cabang panam)
4. Hari/Tgl. Diseminarkan : Rabu / 04 Maret 2020
5. Hasil Seminar dirumuskan adalah :
  - a. Judul : ~~Disetujui / Ditolak~~ / Disempurnakan
  - b. Latar Belakang Masalah : ~~Jelas / Masih Kabur~~ / Perlu Perbaikan
  - c. Permasalahan : ~~Jelas / Masih Kabur~~ / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas
  - d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian : ~~Jelas / Mengambang~~ / Perlu Perbaikan
  - e. Kerangka Teoritis (jika ada) : ~~Jelas / Kurang Jelas~~ / Perlu Disempurnakan
  - f. Rumusan Hipotesis (jika ada) : ~~Cukup Tajam~~ / Perlu Dipertajam
  - g. Metode Penelitian : ~~Jelas / Masih Kabur~~ / Perlu Perbaikan
  - h. Daftar Pustaka : ~~Cukup~~ / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

  
Dr. Syahpawi, S.Ag, M.Sh

Catatan :  
Perubahan Judul dalam Seminar  
Dikonsultasikan dengan WD I

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

**كلية الشريعة و القانون**

**FACULTY OF SYARI'AH AND LAW**

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id


**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul Strategi Promosi Koperasi Syari'ah BMT Al-Itihad Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Ditinjau Menurut Ekonomi Syari'ah (Studi Komparatif Cabang Rumbai Dan Cabang Panam), ditulis oleh saudara :


Nama : Sukron Lubis  
NIM : 11625103941  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Diseminarkan pada : 4 Maret 2020  
Hari / Tanggal : Rabu, 4 Maret 2020  
Narasumber : Dr. Syahpawi, S. Ag, M.Sh

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

KUSUBBAG Akademik  
Kemahasiswaan Dan Alumni

  
Jalijus, S. Ag  
NIP. 19750801 200701 1 023

Pekanbaru, Rabu, 4 Maret 2020  
Narasumber

  
Dr. Syahpawi, S. Ag, M.Sh  
NIP. 19730307 200701 1 032

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## KOPERASI SYARIAH BMT AL ITTIHAD

Badan Hukum No. 272/BH/DISKOP&UKM/3X/2001 Tanggal 31 Oktober 2001  
Komplek Damar 610 PT.Chevron Pasific Indonesia Rumbai –Pekanbaru – RIAU  
Telp (0761) 943025 – 559030  
Email : [bmt@al-ittihad.org](mailto:bmt@al-ittihad.org) , [ykpbmt@yahoo.com](mailto:ykpbmt@yahoo.com)



Pekanbaru, 17 Juli 2020 .

Nomor : 051/BMT-YKPI/VII/2020

Hal : Surat Balasan Riset

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Di Tempat

Assalamualaikum Wr,Wb.

Dengan Hormat,

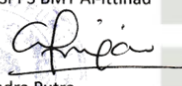
Yang bertanda tangan di bawah ini Manager BMT Al-Ittihad , menerangkan bahwa:

Nama : Sukron Lubis  
NIM : 11625103941  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan ini kami dari pihak BMT Al-Ittihad menyatakan bahwa mahasiswa tersebut benar telah melakukan penelitian di KSPPS BMT Al-Ittihad.

Demikian surat ini kami buat, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

KSPPS BMT Al-Ittihad  
  
Indra Putra  
Manager BMT Al-Ittihad

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU  
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/32188  
TENTANG



1.04.02.01

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/2177/2020 Tanggal 18 Maret 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : SUKRON LUBIS
2. NIM / KTP : 11625103941
3. Program Studi : EKONOMI SYARIAH
4. Jenjang : S1
5. Alamat : PEKANBARU
6. Judul Penelitian : STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA KOPERASI SYARIAH BMT AL ITTIHAD DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH (STUDI KOMPARATIF CABANG RUMBAL DAN CABANG PANAM)
7. Lokasi Penelitian : KOPERASI SYARIAH BMT AL ITTIHAD CABANG RUMBAL DAN CABANG PANAM

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 18 Maret 2020



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Kepala Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Cabang Rumbal Dan Cabang Panam Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

### Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

#### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : SUKRON LUBIS

NIM : 11625103941

Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Judul : *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al-Ittihad Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Komperatif Cabang Rumbai dan Cabang Panam)*

Pembimbing : Afrizal Ahmad, M.Sy

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 09 Juli 2020

Pimpinan Redaksi



M. Alpi Sahrin, SH., MH., CPL

NIP. 198804302019031010

UIN SUSKA RIAU



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

**SUKRON LUBIS**, lahir di Pagaran Dolok pada Tanggal 27 Oktober 1995, merupakan anak ke 6 dari 6 bersaudara, buah kasih dari Pasangan Ayahanda “**Parimpunan Lubis (Alm)**” dan Ibunda “**Sahaya Nasution**”, hingga saat ini Penulis telah melewati jenjang Pendidikan **SDN 102010 Aek Sorik** tahun 2003 dan selesai pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan ke **Pondok Pesantren Babul Hasanah** tahun 2009 selesai pada tahun 2016, selanjutnya pada tahun yang sama meneruskan pendidikan di Perguruan Tinggi **Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau** pada **Fakultas Syariah dan Hukum** Jurusan **Ekonomi Syariah** pada tahun 2016 lulus pada tahun 2020, dengan Judul Skripsi: “**Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Syariah BMT Al Ittihad Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Komparatif Cabang Rumbai dan Cabang Panam)**” dengan menyandang gelar **Sarjana Ekonomi Syariah (SE)**. Penulis juga pernah aktif diberbagai organisasi dan komunitas diantaranya Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), Ikatan Keluarga Besar Babul Hasanah (IKBAH), Ikatan Mahasiswa Padang Lawas (Imapala), Ikatan Keluarga Pinarik Sekitar Pekanbaru (IKPSP) dan lain-lain.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.